

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL

LE PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO SUR LA VOIE DU
PIEMONT PYRENEEN VERS SAINT-JACQUES-DE-COMPOSTELLE :
ÉTUDE EXPLORATOIRE DES STRATEGIES DE RELATIONS PUBLIQUES
DEPLOYEES EN MATIERE DE DEVELOPPEMENT DURABLE

MÉMOIRE
PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DE LA MAÎTRISE EN COMMUNICATION

PAR
AUDREY GODIN-CHAMPAGNE

JUIN 2011

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À MONTRÉAL
Service des bibliothèques

Avertissement

La diffusion de ce mémoire se fait dans le respect des droits de son auteur, qui a signé le formulaire *Autorisation de reproduire et de diffuser un travail de recherche de cycles supérieurs* (SDU-522 – Rév.01-2006). Cette autorisation stipule que «conformément à l'article 11 du Règlement no 8 des études de cycles supérieurs, [l'auteur] concède à l'Université du Québec à Montréal une licence non exclusive d'utilisation et de publication de la totalité ou d'une partie importante de [son] travail de recherche pour des fins pédagogiques et non commerciales. Plus précisément, [l'auteur] autorise l'Université du Québec à Montréal à reproduire, diffuser, prêter, distribuer ou vendre des copies de [son] travail de recherche à des fins non commerciales sur quelque support que ce soit, y compris l'Internet. Cette licence et cette autorisation n'entraînent pas une renonciation de [la] part [de l'auteur] à [ses] droits moraux ni à [ses] droits de propriété intellectuelle. Sauf entente contraire, [l'auteur] conserve la liberté de diffuser et de commercialiser ou non ce travail dont [il] possède un exemplaire.»

REMERCIEMENTS

La rédaction de ce mémoire a été rendue possible grâce à l'appui de nombreuses personnes. En premier lieu, je tiens à sincèrement remercier ma professeure et directrice de recherche, madame Danielle Maisonneuve qui, par son professionnalisme, sa générosité, sa grande disponibilité, sa passion des relations publiques et son amour du patrimoine, m'a transmis la volonté nécessaire pour continuer. Son soutien continu aura été un facteur déterminant dans la poursuite de mon cheminement.

C'est sans gêne que je désire souligner le grand impact qu'auront eu sur moi les professeurs du programme de la maîtrise en communication, messieurs Bidaoui, Coutlée et Paquin. Les innombrables discussions et les réflexions poussées, favorisant l'articulation de ma pensée parfois confuse, m'auront été grandement bénéfiques. De plus, il importe de mentionner la grande implication de mesdames Solange Tremblay, professeure, et Isis Brouillet, professeure et directrice de la maîtrise, toutes deux membres de mon jury d'évaluation, pour le temps accordé à la lecture de mon projet de mémoire et pour leurs précieux conseils.

Je tiens également à remercier mon père Guy qui, par envie d'évasion et désir de voyager, m'a accompagnée à pied sur les 500 derniers kilomètres du *Camino Francès*, entre Burgos et la vieille ville de Saint-Jacques-de-Compostelle. Jamais je ne saurai trouver les mots pour décrire l'émotion ressentie lorsque je l'ai aperçu, sur le parvis de la cathédrale Santa-Maria, après avoir déjà marché plus de 800 kilomètres en solo.

Je m'en voudrais aussi de ne pas souligner l'appui de ma famille et de mes amis : ma mère, Manon, pour ses judicieux conseils et son amour inconditionnel malgré la distance et l'inquiétude; ma sœur, Jhade, et marraine Loulou pour les

missives quotidiennes envoyées outre-mer, et tous les autres, pour les encouragements répétés.

Enfin, un merci spécial aux pèlerins de Compostelle rencontrés sur la route, aux amoureux de liberté, des coquilles et de Saint-Jacques. À Marie, à Mirepoix, Marie-Thérèse à Pamiers, Pasteur Bordes au Mas d'Azil, Jean-Louis et Ramona à Lourdes, Irene et Alberto à Pampelune, Sabina et Ian d'Allemagne, Éric, Jean-Luc et Nathalie de France, Raquel de Suisse, Yvan de Belgique, Jimmy d'Italie, Marc et Jacques du Québec, Stefano et Carmen d'Espagne qui, chacun à leur manière, ont transformé mon chemin, le rendant exceptionnel.

Ultrèia!

*Les lieux de pèlerinage sont bons pour la planète
et surtout, pour l'âme de chacun.
Si les âmes deviennent plus heureuses,
la planète deviendra plus heureuse¹.*

¹Tang, John Edward. 2007. « Testament initiatique », Tome 1, p. 262

TABLE DES MATIERES

LISTE DES FIGURES	x
LISTE DES TABLEAUX.....	xii
RÉSUMÉ.....	xii
INTRODUCTION : MISE EN CONTEXTE	1
CHAPITRE I	
PROBLÉMATIQUE.....	10
1.1 Le patrimoine : une mémoire collective.....	10
1.2 Le patrimoine mondial et la voie du Piémont pyrénéen.....	11
1.3 Le développement durable : une tâche partagée	13
1.3.1 Conservation du patrimoine et développement durable	14
1.4 Objectif	16
1.5 Question générale de recherche.....	16
1.6 Questions spécifiques de recherche	17
1.7 Hypothèse de recherche.....	17
1.8 Conclusion.....	18
CHAPITRE II	
CADRE THÉORIQUE.....	19
2.1 Choix des auteurs.....	19
2.2 Cadre théorique.....	19
2.2.1 Un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication.....	20
2.2.2 Vers une mondialisation des communications : le point de vue français	23
2.2.3 Communication et culture	25
2.2.4 De nouveaux défis contemporains	27
2.2.5 Culture et communication : des enjeux actuels	28
2.2.6 Une diversité à valoriser	29
2.2.7 Le monde des extrêmes	32

2.2.8 Communication et développement durable	34
2.2.9 Écotourisme et patrimoine mondial	35
2.3 Et les relations publiques ?	37
2.4 Retour sur la problématique.....	39
2.5 Conclusion.....	40

CHAPITRE III

CADRE MÉTHODOLOGIQUE.....	41
3.1 Présentation et justification du cas.....	41
3.2 Une démarche mixte.....	42
3.3 Échantillonnage	43
3.4 Corpus à l'étude	44
3.5 Élaboration d'un outil de saisie des résultats d'analyse	45
3.6 Observation participante.....	51
3.6.1 Le journal de bord.....	53
3.6.2 La prise de photographie	53
3.7 L'entrevue semi-dirigée	54
3.8 Analyse de la documentation secondaire.....	56
3.9 Recension quantitative des mentions UNESCO	56
3.10 Limites de l'étude.....	58
3.11 Validité scientifique.....	59
3.12 Conclusion.....	60

CHAPITRE IV

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS.....	62
4.1 Évaluation des grilles d'observation et des verbatims d'entrevue.....	62
4.1.1 Ville fortifiée historique de Carcassonne	63
Entrevue	63
Observation	64

Pilier environnemental.....	64
Pilier économique.....	65
Activités d'un management durable	66
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	67
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	67
4.1.2 Canal du midi.....	68
Entrevue	69
Observation	70
Pilier environnemental.....	70
Pilier économique.....	73
Activités d'un management durable	74
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	74
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	75
4.1.3 Saint-Lizier.....	75
Entrevue	75
Observation	77
Pilier environnemental.....	77
Pilier économique.....	78
Activités d'un management durable	79
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	79
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	79
4.1.4 Saint-Bertrand-de-Comminges	80
Entrevue	80
Observation	82
Pilier environnemental.....	82
Pilier économique.....	83
Activités d'un management durable	83

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	84
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	84
4.1.5 Oloron Sainte-Marie	85
Entrevue	85
Observation	88
Pilier environnemental.....	88
Pilier économique.....	89
Activités d'un management durable	89
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	90
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	90
4.1.6 L'hôpital Saint-Blaise	91
Entrevue	91
Observation	92
Pilier environnemental.....	92
Pilier économique.....	93
Activités d'un management durable	93
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	94
Visibilité du site du patrimoine mondial de l'UNESCO	95
4.1.7 Saint-Jean-pied-de-Port.....	95
Entrevue	96
Observation	97
Pilier environnemental.....	97
Pilier économique.....	98
Activités d'un management durable	98
Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs.....	99
Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	99
4.2 Présentation des faits saillants	100

4.3 Conclusion.....	102
CHAPITRE V	
INTERPRÉTATION DES DONNÉES ET RÉPONSE	
AUX QUESTIONS DE RECHERCHE.....	103
5.1 Interprétation générale à partir des grilles d'analyse	103
5.2 Réponse aux questions de recherche.....	103
5.2.1 Patrimoine mondial et développement durable	104
5.2.2 Une nomination préjudiciable?	106
5.2.3 Relations publiques et patrimoine mondial.....	108
5.2.4 Vers une politique extérieure de communication efficace ?.....	113
5.2.5 Communication et développement durable	115
5.2.6 Formation et éducation	116
5.2.7 Une réflexion pour guider des orientations nouvelles	117
5.3 Conclusion.....	117
CONCLUSION.....	120
APPENDICE A	
VERBATIMS D'ENTREVUE	126
APPENDICE B	
FORMULAIRE DE CONSENTEMENT	149
APPENDICE C	
ACRONYMES DES PERSONNES INTERVIEWÉES	150
APPENDICE D	
BORDEAUX D'ANALYSE COMPLÉTÉS	151
APPENDICE E	
TABLEAUX RÉSUMANT LES DONNÉES RECUEILLIES POUR CHACUNE DES CATÉGORIES DE NOTRE GRILLE D'ANALYSE - VERBATIMS	193
BIBLIOGRAPHIE.....	209

LISTE DES FIGURES

Figure	Page
1.1 Le développement durable en six piliers	14
4.1 Poubelle dans la Cité de Carcassonne	65
4.2 Commerce offrant des spécialités régionales, Carcassonne.....	66
4.3 Plaque UNESCO – Ville historique fortifiée de Carcassonne	68
4.4 Mention « Patrimoine mondial » sur un babillard, Carcassonne.....	68
4.5 Code de bonne conduite du plaisancier aux abords du Canal du Midi	70
4.6 Déchets sur les rives du Canal du Midi	71
4.7 Canards sauvages sur le Canal du Midi.....	72
4.8 Panneau « Pavillon bleu d'Europe », Canal du Midi.....	73
4.9 Un graffiti aux abords du Canal du Midi	73
4.10 Panneau à l'entrée de la ville, Saint-Lizier	76
4.11 Poubelles à Saint-Lizier	77
4.12 Affiches témoignant de la nature des travaux, Saint-Lizier.....	78
4.13 Plaque UNESCO – L'ancienne cathédrale Saint-Lizier et son cloître	80
4.14 Un contenant pour le papier... rempli de matières plastiques !	83
4.15 Plaque UNESCO – L'ancienne cathédrale, Saint-Bertrand-de-Comminges	85
4.16 Distributeur de sacs pour déchets canins, Oloron Sainte-Marie	86
4.17 Poubelles à Oloron Sainte-Marie	88
4.18 Affiche de restaurant, Oloron Sainte-Marie	89
4.19 Plaque UNESCO – Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie	91

4.20 Panneau à l'accueil présentant les services offerts, Église de l'Hôpital Saint-Blaise	94
4.21 Panneau à l'entrée de l'église de l'Hôpital Saint-Blaise	95
4.22 Une poubelle à proximité de la porte Saint-Jacques	97
4.23 Restaurant offrant des produits régionaux, Saint-Jean-Pied-de-Port.....	98
4.24 Plaque UNESCO – La porte Saint-Jacques, Saint-Jacques-Pied-de-Port..	100
4.25 Enseigne du patrimoine mondial à Belorado, Espagne	101

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Page
3.1 Les monuments et ensembles patrimoniaux étudiés.....	44
3.2 Bordeaux d'analyse	46
3.3 Schéma d'entrevue.....	55
3.4 Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO	57

RÉSUMÉ

Le présent mémoire se penche sur l'étude des relations publiques entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, avec pour objet la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France. L'analyse a pour but de vérifier si les techniques de relations publiques déployées dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial sur la voie du Piémont pyrénéen contribuent au positionnement du patrimoine mondial comme agent de diffusion des principes de développement durable.

Nous débuterons en situant la voie du Piémont pyrénéen dans la sphère internationale de l'UNESCO. Certains auteurs tiennent un discours élogieux à l'égard de cette voie jacquaire, soulignant sa richesse patrimoniale et l'effervescence entourant son urbanisation rapide, alors que d'autres décrivent la forte augmentation du phénomène d'itinérance sur les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, accentuant les effets négatifs d'une telle affluence. L'objectif de ce mémoire est de vérifier si les stratégies d'information, déployées sur la voie du Piémont pyrénéen, contribuent au respect et à l'application des principes de développement durable identifiés par le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO, favorisant ainsi l'émergence d'une entité vouée à la préservation du patrimoine matériel.

Les techniques de collecte de données utilisées dans le cadre de cette recherche sont l'observation participante et l'entrevue semi-dirigée. Une méthode d'échantillonnage ciblé par critères est utilisée pour circonscrire les biens patrimoniaux représentatifs de la population, facilitant ainsi la mesure qualitative des approches de communication publique.

Les biens patrimoniaux analysés sont différents à bien des égards. Ils nous permettent tout de même d'étudier les composantes communicationnelles entourant la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France en ce qui a trait aux enjeux de développement durable.

Le sceau UNESCO doit se porter garant de stratégies de communication efficaces consacrées au développement durable, non seulement pour les résidents mais également pour leur gouvernement. Dans ce contexte, il nous apparaît important de considérer la communication comme le quatrième pilier du développement durable, actualisant publiquement les trois autres (les sphères socio-sanitaire, économique et environnementale).

Mots clés : relations publiques, patrimoine, développement durable, chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France, voie du Piémont pyrénéen

INTRODUCTION

MISE EN CONTEXTE

L'Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO)² a dressé une liste comprenant plus de 890 biens identifiés comme faisant partie du patrimoine mondial³ (698 biens culturels, 176 biens naturels et 25 biens mixtes, situés dans 148 États parties⁴). Ces sites, d'une valeur exceptionnelle, se distinguent notamment par leur appartenance à tous les peuples du monde, sans tenir compte du territoire sur lequel ils sont situés. Dans la *Trousse d'information sur le patrimoine mondial* (2008, p.10), on apprend que lors de sa 26^e session en 2002, le Comité⁵ du patrimoine de l'humanité a adopté la *Déclaration de Budapest sur le patrimoine mondial*, invitant tous ses partenaires à soutenir la conservation des chefs-d'œuvre matériels et immatériels en fonction d'objectifs stratégiques clés :

Les biens inscrits sur la Liste du patrimoine mondial représentent des richesses qui nous sont confiées pour être transmises aux générations futures, dont elles constituent l'héritage légitime.

Compte tenu de l'ampleur des défis à relever en faveur de notre patrimoine commun, nous : [...] défendrons la cause du patrimoine mondial par la

² « L'UNESCO est une institution spécialisée des Nations-Unies qui a pour objectif général le maintien de la paix et de la sécurité dans le monde en misant sur la collaboration entre nations et le respect universel » (UNESCO, 2010).

³ « Le patrimoine est l'héritage du passé dont nous profitons aujourd'hui et que nous transmettons aux générations à venir. [...] Ce qui rend exceptionnel le concept de patrimoine mondial est son application universelle » (UNESCO, 2010).

⁴ « Les États parties sont les pays qui ont ratifié la Convention du patrimoine mondial. Ils acceptent ainsi d'identifier et de proposer des biens se trouvant sur leur territoire national et susceptibles d'être inscrits sur la Liste du patrimoine mondial. Quand un État partie propose un bien pour inscription, il doit donner des détails sur la manière dont le bien est protégé sur le plan juridique et fournir un plan de gestion concernant son entretien. Les États parties doivent protéger les valeurs pour lesquelles leurs biens ont été inscrits sur la Liste; ils sont également encouragés à présenter à l'UNESCO des rapports sur l'état de conservation de ces biens ». (Ibid.)

⁵ « Le Comité est responsable de la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial, détermine l'utilisation du Fonds du patrimoine mondial et alloue l'assistance financière suite aux demandes des États parties. C'est à lui de décider si un site est accepté pour inscription sur la Liste du patrimoine mondial ». (Ibid.)

communication, l'éducation, la recherche, la formation et la sensibilisation [...]. (Budapest, le 28 juin 2002)⁶.

Parmi les biens du patrimoine mondial de l'UNESCO, on trouve les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France qui sont des biens culturels en série, composés de 64 monuments individuels de grande qualité et d'importance historique significative, de sept ensembles (deux cathédrales, une église, un hôpital, une crypte, une abbatale et une basilique) et de sept sections de sentiers particulièrement distingués qui définissent le tracé des routes de pèlerinage en France, mais ne forment toutefois pas des routes continues. La raison de cette discontinuité dans le tracé se trouve dans « les différentes trajectoires historiques et économiques de la France et de l'Espagne depuis la fin du Moyen-Âge et dans le déclin du pèlerinage⁷ de Saint-Jacques-de-Compostelle » (UNESCO, 2007, p.5).

Bien culturel inscrit en 1998 sur la Liste du patrimoine mondial, la nomination des chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France se fonde sur les critères suivants (UNESCO, 2007, p.5) :

Critère ii : La route de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle a joué un rôle essentiel dans les échanges et le développement religieux et culturel au cours du Bas Moyen-Âge, comme l'illustrent admirablement les monuments soigneusement sélectionnés sur les chemins suivis par les pèlerins en France.

Critère iv : Les besoins spirituels et physiques des pèlerins se rendant à Saint-Jacques-de-Compostelle furent satisfaits grâce à la création d'un certain nombre d'édifices spécialisés, dont beaucoup furent créés ou ultérieurement développés sur les sections françaises.

⁶En italique dans le texte.

⁷Un pèlerinage est un voyage que l'on fait à un lieu saint pour des motifs religieux et dans un esprit de dévotion (Boulanger, 1993, p.853). Le pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle compte parmi les trois plus importants pèlerinages de la chrétienté, après Jérusalem et Rome. L'objectif ultime est le tombeau de l'apôtre Saint-Jacques, Jacques de Zébédée dit « le Majeur », frère aîné de l'apôtre Jean, situé dans la crypte de la cathédrale de Saint-Jacques-de-Compostelle, en Galice. Ce chemin a été déclaré en 1987 premier itinéraire du Conseil de l'Europe (COE, 2010).

Critère vi : La route de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle est un témoignage exceptionnel du pouvoir et de l'influence de la foi chrétienne dans toutes les classes sociales et dans tous les pays d'Europe au Moyen-Âge.

Enfin, le Conseil International des Monuments et des Sites (ICOMOS) fait valoir qu'« outre son immense valeur historique et spirituelle, la route de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle illustre de manière remarquablement complète l'évolution artistique et architecturale européenne sur plusieurs siècles » (ICOMOS, 1998, p.12).

Avec le début du XXI^e siècle, la notion de patrimoine s'est étendue de manière significative et s'est éloignée de la vision des spécialistes qui, auparavant, s'intéressaient d'abord au patrimoine architectural : « On en vient désormais à caractériser que pratiquement toute construction humaine, propre à une époque, peut entrer dans le concept de patrimoine entendu comme dynamique, donc susceptible de modification et non pas statique, ce qui figerait ses différents éléments » (Magnin, 2008). Au fil du temps, on a compris que la visite d'un monument prestigieux pouvait être contrariée par un « environnement dégradé, par un urbanisme moderne tapageur ou des activités industrielles polluantes » (Ibid.). C'est pourquoi la mise en place de multiples moyens de préservation du patrimoine, alliant sauvegarde des sites, communication et développement durable, est une condition à la convergence de toutes les forces en vue de promouvoir et conserver le patrimoine culturel.

Malgré tout, une interrogation subsiste : comment répondre aux exigences actuelles de notre société sans limiter la capacité des générations futures à satisfaire leurs propres besoins? Le développement durable suppose une vision élargie du bien-être humain, une vision à long terme des effets conséquents aux activités contemporaines et la participation de la société civile pour parvenir à des solutions durables.

Nous n'avons plus le choix : soit l'humanité adapte ses comportements en vue d'un développement durable, c'est-à-dire qu'elle cesse de polluer l'environnement, permet le renouvellement des ressources naturelles et contribue à l'amélioration du bien-être de tous, soit elle signe, à plus ou moins brève échéance, son propre arrêt de mort.

Le développement durable est un précepte moral autant qu'un concept scientifique. Il est lié à la paix, aux droits de l'homme et à l'équité autant qu'à l'écologie ou au réchauffement de la planète. Et s'il relève incontestablement des sciences naturelles, de l'économie et de la politique, il est aussi une question de culture. Fondé sur les valeurs propres à telle ou telle société, il implique que nous reconnaissons l'interdépendance complexe entre les besoins humains et le milieu naturel. Il implique aussi que les objectifs de développement ne soient pas seulement conçus en termes nationaux mais qu'ils relèvent d'une vision globale, aussi globale que l'est notre planète [...] (UNESCO, 2005, p.3).

Le 1^{er} mars 2005 était lancé le projet 2005-2014 : *Une décennie pour changer* des Nations-Unies. L'UNESCO est chargée de veiller à la réussite de cette Décennie, qui a pour objectif de « promouvoir des compétences et des comportements durables, inspirées par des façons de penser créatives et critiques pour favoriser la résolution et la gestion des problèmes qui font obstacle au développement durable » (UNESCO, 2005, p.6). Quatre axes prioritaires de la décennie ont été déterminés : promouvoir l'éducation de base, réorienter et réviser les programmes d'enseignement, informer et sensibiliser le public et dispenser une formation pratique (Ibid.). Si le concept du développement durable est aujourd'hui bien reconnu dans les milieux spécialisés, l'UNESCO tente maintenant de le retransmettre et de le valoriser dans toutes les sphères de la société, ce qui suppose des pratiques de communication publique.

La présente recherche s'intéresse au troisième axe de la Décennie (informer et sensibiliser le public) en lien avec la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle, en France. Encourager un tourisme durable, qui concilie la préservation de l'environnement, la mise en valeur du patrimoine, la qualité de l'offre touristique et le développement économique : voilà les composantes de la

communication de sensibilisation sur les sites de ce bien du patrimoine mondial de l'UNESCO.

À ce jour, aucune étude ne traite spécifiquement des relations publiques déployées par l'UNESCO et les gestionnaires des sites sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France. Bien que cette voie soit l'une des moins fréquentées de France⁸, sa riche histoire et son passé unique méritent que nous nous y attardions.

Un saut de 20 siècles dans le passé nous permet de retracer l'origine de la voie du Piémont pyrénéen. À l'époque de la conquête romaine, les Pyrénées étaient vues comme d'immenses barrières infranchissables, alors que le Piémont était recouvert de forêt. Pour approvisionner son armée, Rome a dû entamer, à la sueur et au sang des esclaves, la construction de routes et de villes, en plus de renforcer les villes anciennes. C'est ainsi que l'on a vu s'établir un réseau de voies reliant des villes plus ou moins importantes telles que *Narbo Martius*, *Carcasso*, *Consonani*, *Lugdunum convenarum*, *Aquae convenarum*, *Oppidum*, *Iluro*. On commence alors à parler d'*Imus pyrenaeus*, de *Summus pyrenaeus* et de *Summus portus* (VPPYR, 2010).

Puis vint le temps des cathédrales et de la ferveur pèlerine; avec le Moyen-Âge, on a vu se développer la population et les infrastructures dans cette région. Des fortifications ont été créées sur les axes de communication routière. De tout l'occident chrétien, on se met alors à marcher vers Compostelle. Ce flux de pèlerins emprunte les réseaux existants pour aller prier les Saints dans les sanctuaires situés sur le trajet :

⁸En 2009, si 285 pèlerins ont tenu à faire tamponner leur crédentiale (passeport du pèlerin, qui accrédite celui qui marche), on estime à plus du double le nombre de marcheurs qui ont emprunté tout au long de l'année le chemin du Piémont pyrénéen, soit environ 600 (Pastourel, 2010). En comparaison, ils étaient plus de 6 600 pèlerins à être arrivés à Saint-Jean Pied-de-Port par la voie du Puy-en-Velay la même année.

La conquête de Jérusalem par le calife Omar, en 638, fit hésiter les chrétiens à se rendre en pèlerinage en Terre Sainte et le pèlerinage à Saint-Jacques-de-Compostelle, où l'on découvrit aux alentours de l'an 800 la tombe de l'apôtre Saint Jacques le Majeur, qui apporta le christianisme dans la péninsule ibérique, bénéficia du déclin de Jérusalem en tant que lieu de pèlerinage.

Saint-Jacques-de-Compostelle avait commencé par être un centre religieux local, devenu siège épiscopal aux alentours de l'an 900, mais sa renommée connut un essor rapide après la visite, en 951, de Godescalc, évêque du Puy et l'un des premiers pèlerins étrangers attestés. [...]

Dans les premières décennies du XI^e siècle, le début de la Reconquista marqua l'avènement pour le lieu de pèlerinage d'une ère de prospérité, et nombre de marchandises de toutes sortes y affluaient. Ainsi, la cathédrale fut dotée de trésors immenses, au point de pouvoir garantir les besoins de Rome et des souverains de León et de Castille. C'est à partir de cette époque que le pèlerinage à Saint-Jacques-de-Compostelle atteint son apogée. Des milliers de pèlerins, dont des rois et des évêques, accomplirent de longues distances pour prier sur la tombe de l'un des plus proches compagnons du Christ (ICOMOS, 1998, p.9).

Pour comprendre l'évolution du concept de pèlerinage à Saint-Jacques-de-Compostelle, il nous faut nous reporter aux travaux d'Henri Treuille, du Centre d'Études Compostellanes, qui défend pour la première fois la thèse d'un itinéraire du Piémont pyrénéen à part entière. Dans le volume numéro 15 des *Cahiers de Fanjeaux* consacré aux pèlerinages, on souligne en effet l'existence d'une voie jacquaire de liaison ancestrale entre Toulouse et Saint-Bertrand de Comminges, démontrant l'existence d'un chemin de Saint-Jacques le long du Piémont pyrénéen passant par Saint-Bertrand de Comminges, Bagnères de Bigorre, Lourdes et Oloron (Treuille, 1980, pp.102-103).

Cette voie mythique s'inscrit désormais dans la réalité du XXI^e siècle, amenant avec elle son lot de défis et d'enjeux d'ordre sociétal, environnemental et communicationnel. Devant la multitude de défis culturels liés au développement, les ressources naturelles ont longtemps été considérées comme des éléments majeurs indispensables à la croissance économique et sociale d'un pays. De fait, le patrimoine culturel a rarement été envisagé comme ressource nationale pouvant

jouer un rôle important dans le développement. Pourtant, le patrimoine culturel constitue, de plus en plus, « un domaine dont l'intérêt économique grandit à mesure que s'élargie (sic) la recherche de ressources économiques nouvelles » (Touri, 2003).

Le tourisme culturel⁹, longtemps laissé pour compte par le tourisme de masse tourné vers les loisirs ou vers un tourisme d'affaires lucratif, est sur le point aujourd'hui de voir apparaître et se renforcer le concept de développement durable dans le secteur touristique. Lorsque l'on aborde le sujet du tourisme, il faut le mettre en corrélation avec le développement durable, « cette interaction entre la population, ses richesses intrinsèques et environnementales et l'attrait qu'elles peuvent exercer » (Touri, 2003). Sur les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, pour lesquels le patrimoine culturel est une composante essentielle de la vie et de l'économie au vu de sa qualité, de sa variété et de son attrait au plan international, la volonté d'en faire un élément moteur du développement durable s'inscrit en filigrane d'une tendance sociale forte, reposant sur des préoccupations citoyennes de préservation de ce patrimoine.

Comment, en effet, réussir à concilier préservation du patrimoine et développement durable, d'un point de vue communicationnel ? « Comment doit-on gérer, de manière économiquement rentable, le patrimoine, mieux le préserver et le promouvoir ? » (Ibid.) Ces questions sont importantes et constituent le noyau central de notre recherche.

Cette recherche propose de faire le pont entre les relations publiques, définies comme étant « part of communication between an organization and its

⁹ « Le Tourisme culturel est celui qui a pour objet, entre autres objectifs, la découverte des sites et des monuments. Il exerce sur ceux-ci un effet positif considérable dans la mesure où, pour ses propres fins, il concourt à leur maintien en vie et à leur protection. Cette forme de tourisme justifie en effet les efforts que ce maintien et cette protection exigent de la communauté humaine, en raison des bénéfices socio-culturels et économiques qui en découlent pour l'ensemble des populations concernées » (ICOMOS, 1976, p.2).

publics » (Grunig, 1984, p.6) et le développement durable, vaste concept dont l'objectif vise à « repenser les rapports qu'entretiennent les êtres humains entre eux et avec la nature » (MDDEP, 2010), posant ainsi un œil nouveau sur un mode de développement qui, fréquemment, nuit à l'environnement en plus de contraindre une grande partie de l'humanité à évoluer dans des conditions précaires.

Dans le chapitre I, la problématique, nous verrons d'abord en quoi la patrimonialisation peut s'inscrire dans la foulée des changements entraînés par la mondialisation et des principes généraux associés au développement durable. La question générale et les questions spécifiques de recherche seront également explicitées.

Le chapitre II, présentant notre cadre théorique, permettra d'élaborer les concepts liés à notre recherche. Nous verrons les grands principes de la communication publique, en plus de nous attarder aux écrits de plusieurs chercheurs qui s'intéressent à la mondialisation de la culture et au développement durable.

Le troisième chapitre, consacré aux aspects méthodologiques de notre recherche, permettra de décrire les caractéristiques des méthodes que nous avons utilisées, à savoir : l'observation participante et l'entrevue semi-dirigée. Les motivations qui nous ont amené à circonscrire notre échantillon de recherche seront exposées, en plus de notre bordereau d'analyse et des limites propres à cette recherche.

Le chapitre IV sera consacré à la présentation de nos résultats de recherche sur les biens culturels du chemin de Compostelle proprement dits, dans la région que nous avons étudiée. Nous exposerons les faits saillants de la communication entourant chacun des biens étudiés en lien avec différentes thématiques, puis nous les comparerons entre eux enfin d'en faire ressortir les différences les plus significatives.

Au chapitre V, interprétation des données et réponse à nos questions de recherche, nous pourrions discuter de nos résultats au regard de notre cadre théorique et des données recueillies sur notre terrain de recherche. Nous serons alors en mesure de dresser un portrait global de la communication entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO situés sur la voie du Piémont pyrénéen.

CHAPITRE I

PROBLÉMATIQUE

1.1 Le patrimoine : une mémoire collective

La promotion de la culture et la conservation du patrimoine dans une perspective de développement durable s'imposent de plus en plus comme des « composantes incontournables de la valorisation des territoires » (Lavocat, 2004, p.2). Elles entrent désormais dans « l'offre de services locaux, destinés à informer, éduquer et divertir les populations locales et touristiques » (Ibid.). C'est d'ailleurs l'une des raisons pour lesquelles la valorisation des sites patrimoniaux nécessite « la définition d'une stratégie touristique territoriale, l'identification des besoins et des actions, et la mise en place de systèmes d'informations locales, pouvant permettre à terme la construction de réseau (sic) » (Bourret, Cacaly, Lacour-Jousselin, 2007, p.2).

Pour y parvenir, les organismes concernés se doivent de créer des systèmes et des outils de gestion et de communication permettant l'identification des différentes techniques, des produits et des réalisations propres à la mise en valeur du patrimoine. Pensée à la fois comme une « commémoration du passé et une ressource pour l'avenir » (Battegay, 2003, p.9), la sauvegarde du patrimoine peut se réaliser au carrefour de multiples disciplines, dont la communication.

L'entièreté du réseau formant les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France est reconnue par le patrimoine mondial. Pour justifier cette inscription, l'UNESCO a procédé à une sélection de monuments individuels significatifs situés sur la voie du Piémont pyrénéen particulièrement réputés. Les plaques commémoratives apposées sur ces biens signalent leur intérêt exceptionnel.

L'attention portée aux techniques d'identification employées par l'UNESCO et destinées aux randonneurs, touristes et pèlerins de l'un des itinéraires alternatifs aux quatre chemins principaux¹⁰ de la route de pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle n'est pas sans importance. Cette réflexion s'inscrit dans un contexte de patrimonialisation, à l'ordre du jour de plusieurs provinces et pays, qui portent désormais une attention nouvelle à leur histoire particulière « en tentant d'en faire une de leurs ressources, articulant des enjeux d'identité et d'image locale » (Battegay, 2003, p.8).

En même temps, on observe que sont proposées de nombreuses offres patrimoniales et que de nombreuses actions mémorielles sont initiées, affichant dans leurs motifs et leurs intentions des enjeux de connaissance et de reconnaissance et qu'elles sont souvent conduites en veillant à leurs implications et à leur lisibilité en terme de valorisation sociale, culturelle, civique, touristique, économique (Ibid.).

À l'échelle des villes comme des groupes qui les constituent, le passé n'est jamais définitivement révolu : « c'est la pratique sociale du moment qui construit la limite entre le passé et le présent, le rapport au passé et à l'avenir » (Ibid.). Nous pouvons néanmoins faire face au mouvement général de réflexion dans lequel émerge l'idée que les processus de patrimonialisation sont non seulement des outils de mémoire, mais également des manières de produire au présent du passé pour l'avenir.

1.2 Le patrimoine mondial et la voie du Piémont pyrénéen

La voie du Piémont pyrénéen du chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle est un objet complexe, composé à la fois « de monuments, d'architecture vernaculaire, de paysages, de légendes et de coutumes » (Angeon et Caron, 2003,

¹⁰La via Turonensis (qui passe par Paris et Tour), la via Lemovicensis (par Limoges), la via Podiensis (qui tire son nom du Puy-en-Velay) et la via Tolosana (qui passe par Toulouse) constituent les quatre chemins contemporains tracés à partir des années 1970 par la Fédération européenne de la randonnée pédestre.

p.4). Il ne se réduit pas simplement à la somme de tous ces éléments mais doit constituer un ensemble cohérent.

L'authenticité de la voie du Piémont, révélée plus récemment par rapport aux quatre grandes voies « officielles », pose question. Les témoignages jacquaires en Ariège permettant d'affirmer l'existence d'un passage régulier sont en effet rares. [...] Sa reconnaissance en tant que patrimoine confère une identité à l'itinéraire, le singularise et l'insère dans un réseau d'entités équivalentes. Cette identité exige d'être reconnue pour exister pleinement. Le classement UNESCO a constitué une étape importante de cette reconnaissance (Angeon et Caron, 2003, p.2).

La démarche de certification de l'UNESCO n'est donc pas qu'une simple étiquette : elle met de l'avant la longue histoire du chemin jacquaire. Pour plusieurs, la notion de site classé n'évoque la plupart du temps que la conservation du site. Or, si garantir la préservation des héritages est fondamental, le développement futur du site est au cœur même du classement au patrimoine mondial. Le sceau UNESCO est en total accord avec l'idée de développement et de durabilité. Il jongle à la fois avec les notions de passé et de présent, mais surtout de futur.

Dans une perspective d'aménagement du territoire, les retombées directes et indirectes de l'inscription au patrimoine mondial bénéficieront à un large périmètre [...]. La reconnaissance UNESCO renforcera la notoriété [du] territoire et mettra en lumière ses nombreux atouts, en termes de cadre de vie et de dynamiques économique et sociale. Les indicateurs économiques des sites déjà inscrits démontrent l'impact du label UNESCO en terme d'attractivité. Il favorise d'une part le développement d'un tourisme durable et, d'autre part, l'implantation de nouveaux acteurs économiques. Cet essor devra s'accompagner d'une obligation d'excellence et d'une ouverture à l'international, pour garantir sa pérennité (Fousseret, 2008, p.44).

Les bénéfices découlant d'une inscription sur la Liste du patrimoine mondial sont nombreux pour le bien et la région concernés. Ces gains sont d'autant plus intéressants, selon nous, qu'ils peuvent directement contribuer à la mission de l'UNESCO. C'est ainsi que nous avons choisi, dans le cadre de cette recherche, d'analyser les stratégies de communication du patrimoine mondial sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France.

1.3 Le développement durable : une tâche partagée

Les ressources naturelles et culturelles sont soumises à de nombreuses pressions. Souvent éclipsées de l'actuel débat sur l'avenir de l'humanité, elles constituent l'un des enjeux majeurs du XXI^e siècle. « Le plus grand défi, au cours de ce nouveau siècle, est de prendre une idée qui semble abstraite — le développement durable — et d'en faire une réalité quotidienne pour tous les peuples du monde » (UNESCO, 2005, p.4).

Alors que la planète prend peu à peu conscience des menaces qui pèsent sur elle, du réchauffement climatique provoqué par la croissance des émissions de gaz à effet de serre à la disparition de plusieurs espèces animales, le développement durable favorise le développement de nouvelles normes comportementales. Au-delà des traditionnelles responsabilités économiques, endosser des responsabilités sociales et environnementales s'inscrit dorénavant dans une approche de précaution et de prévention. Cela se concrétise sous la forme de nouvelles pratiques qui requièrent l'engagement des citoyens et des autorités locales, régionales et nationales.

Malgré les difficultés d'implantation et de diffusion, le développement durable maintient son statut unique avec beaucoup conviction. Concept complexe et difficile à saisir pour certains, utopique, abstrait, absent du terrain et éloigné des préoccupations des gestionnaires pour d'autres, cette expression, empreinte d'un grand humanisme, cherche à se tailler une place dans la communication publique. L'appel à la prise de conscience et à l'ouverture d'esprit mérite d'être développé, écouté et surtout bien compris. Notion souvent méconnue, le développement durable peut être défini comme « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (Bruntland, 1987, p.40). De fait, le développement durable mise sur un projet à long terme qui traite « du caractère indissociable des dimensions environnementale, sociale et économique des activités de développement » (Ibid.).

Le développement durable peut encore être désigné comme étant une vision du développement qui englobe « les populations, les espèces animales et végétales, les écosystèmes, les ressources naturelles – l'eau, l'air, l'énergie –, et qui intègre des préoccupations telles que la lutte contre la pauvreté, la paix, l'égalité entre les sexes, les droits humains, l'éducation pour tous, la santé, la sécurité humaine, le dialogue interculturel... » (UNESCO, 2005, p.4).

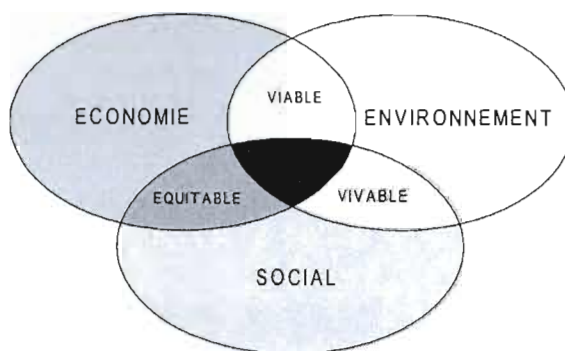


Figure 1.1 Le développement durable en six piliers (Écolo-info, 2010)

Le développement durable vise donc le bien-être social et individuel des populations à l'échelle de la planète. Afin de réaliser ce vaste projet de société, un investissement majeur des autorités responsables des différentes structures « est nécessaire pour assurer la cohérence et la pérennité du processus et ces entités doivent encourager la participation démocratique la plus large possible » (Tremblay, 2006, p.49).

1.3.1 Conservation du patrimoine et développement durable

Dans la foulée des travaux de la Conférence internationale sur la gestion du patrimoine culturel et le développement urbain, tenue à Beijing en Chine (juillet 2000), une seconde conférence internationale visant l'amélioration de la compréhension institutionnelle des bons outils de gestion et de développement du patrimoine culturel s'est déroulée du 31 mai 2006 au 2 juin de la même année à Shaoxing, toujours en Chine.

L'objectif principal était d'offrir aux décideurs l'occasion d'approfondir leurs connaissances sur les sujets suivants (UNESCO, 2006) :

- A) la planification d'une sauvegarde et d'une protection efficace du patrimoine culturel;
- B) le développement et la gestion d'un tourisme culturel durable;
- C) l'établissement de mécanismes de financement à long terme pour soutenir la conservation du patrimoine.

Depuis trente ans, la Convention du patrimoine mondial constitue un outil d'une valeur inestimable dans la poursuite des activités visant à protéger le patrimoine matériel doté d'une riche diversité biologique.

Les pays signataires s'engagent à protéger leur patrimoine naturel et culturel, que les sites figurent ou non sur la Liste du patrimoine mondial, à renforcer leur législation en matière de protection de l'environnement et à concevoir des plans de gestion qui assurent la préservation et la protection de la diversité biologique de leurs zones naturelles, ainsi que la promotion du développement durable (Bandarin, 2003, p.12).

D'un point de vue communicationnel, les pays signataires se doivent de maximiser les efforts de promotion et de sensibilisation, de développer des outils d'information et de veiller à l'application des règles et normes prescrites. « La viabilité du patrimoine mondial est garante de sa survie, mais aussi de la crédibilité des efforts menés à cette fin » (Ibid.). De fait, la conservation et la préservation ne sont pas des activités à court terme, limitées à quelques mois ou quelques années; aussi, les pays signataires de la Convention se sont-ils investis dans un projet misant sur du long terme. Ils se sont engagés à incorporer leur patrimoine naturel à la vie locale et à faire en sorte que sa protection « relève de programmes de planification d'ensemble » (Ibid.).

En consentant à accepter et à encourager la création d'« unités de gestion de ce patrimoine au sein de leurs gouvernements respectifs » (Bandarin, 2003, p.12), en plus de « mettre en place des lois visant à le préserver » (Ibid.) et de « prendre des mesures tant préventives que curatives pour lutter contre les dangers qui

menacent les aires protégées » (Bandarin, 2003, p.12), les pays signataires se sont prononcés publiquement. Ils se sont engagés à instaurer « des centres nationaux ou régionaux de formation à la protection, à la conservation et à la présentation de leur héritage culturel et national, ainsi qu'à encourager la recherche scientifique dans ce domaine » (Ibid.). Le développement durable... oui, mais qu'en est-il réellement dans une perspective communicationnelle?

1.4 Objectif

L'objectif du présent projet de recherche consiste à déterminer en quoi les communications publiques sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France favorisent le respect des principes de développement durable liés à la Convention du patrimoine mondial de l'UNESCO.

1.5 Question générale de recherche

Patrimoine et développement durable sont aujourd'hui associés étroitement dans une perspective intégrée qui s'inscrit dans la même logique : « mieux articuler le temps présent des sociétés, à leur passé et leur avenir, dans une logique de transmission et de solidarité intergénérationnelle » (Garat, Gravari-Barbas, Veschambre, 2008, p.2). En effet, la nécessité de protéger et de transmettre le patrimoine, héritage culturel défini comme bien commun (Micoud, 1995, p.28) est maintenant un concept incontournable. De la même manière, la volonté de proposer des modèles de développement durable, défini en tant que « développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs » (Bruntland, 1987, p.40), s'inscrit de plus en plus dans une mouvance de réinterprétation du concept, désormais « dissocié de la croissance économique, de l'industrialisation et de la consommation » (Gendron, 2005, p.22). Ceci étant, voici notre question de recherche : en quoi la communication publique sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France favorise-t-elle la prise en compte des principes de développement durable

liés à la Convention du patrimoine mondial ainsi qu'aux principes et idéaux de l'UNESCO?

1.6 Questions spécifiques de recherche

Deux questions spécifiques de recherche ont été définies :

A) Les outils de promotion, de diffusion et d'information utilisés par l'UNESCO pour sensibiliser les populations aux principes de développement durable sont-ils présents sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France?

B) Quelles sont les stratégies de relations publiques utilisées par l'UNESCO pour sensibiliser les populations aux principes de développement durable sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France?

1.7 Hypothèse de recherche

Nous émettons l'hypothèse que les stratégies d'information dont témoigne la voie du Piémont pyrénéen contribuent au respect et à l'application des principes de développement durable identifiés par le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO.

C'est à la suite d'une analyse préliminaire et à la lecture d'auteurs qui s'intéressent à la patrimonialisation, au développement durable et à la communication publique que nous avons choisi de formuler notre hypothèse par l'affirmative.

1.8 Conclusion

Ce premier chapitre, préambule à notre recherche, agit comme pilier pour la suite de notre réflexion. En plus de présenter le contexte entourant notre

problématique, les questions de recherche ainsi que notre hypothèse ont été définies. Cette introduction nous a permis de cibler des auteurs-clés, retenus pour leurs théories en conformité avec notre propre posture épistémologique, qui sont présentés au chapitre suivant.

CHAPITRE II

CADRE THÉORIQUE

Dans ce chapitre, les principaux thèmes liés à notre sujet de recherche seront abordés selon une perspective théorique. Au plan des relations publiques, d'abord, nous dresserons un portrait global de cette pratique de communication publique, en incluant la dimension internationale, avant de nous pencher sur les enjeux reliés à leur exercice. Également, nous nous attarderons sur les concepts de développement durable et de tourisme culturel qui, selon certains auteurs, sont d'une importance capitale lorsque nous abordons la question de la mondialisation de la communication.

2.1 Choix des auteurs

Les approches d'auteurs tels Brunel et Charron (2002), Char (1999, 2009), Gagnon (2010), Maisonneuve (2004), Tremblay (2006), Wolton (2003), le collectif *AdWiser* – vers une communication responsable (Audoin, Courtois et Rambaud-Paquin, 2009) nous permettront de circonscrire notre projet d'étude dans son contexte premier : les relations publiques internationales, ou comment dresser un portrait de l'actuelle mondialisation des communications.

2.2 Cadre théorique

À l'ère de la mondialisation contemporaine, Dominique Wolton, Antoine Char, Gilles Brunel, Claude-Yves Charron et bien d'autres s'entendent sur l'impact sans précédent de l'information internationale, notamment pour illustrer les bouleversements engendrés par de nouvelles pratiques de nature sociale, politique, économique et culturelle. Ce nouveau contexte de la communication favorise la réflexion sur la diffusion de l'information internationale et son rôle dans le concept d'identité :

La mondialisation a des effets différents, selon les aspects de la réalité. Parfois elle unit, parfois elle oblige à plus d'ouverture. [...] Après la séduction de l'ouverture apparaît le besoin de retrouver ce qui fait sens pour soi : l'identité culturelle devient alors un phénomène central (Wolton, 2003, p.53).

Ce besoin viscéral de défendre sa propre identité est né avec l'ouverture des peuples sur le monde, avec ce sentiment de faire partie de cette culture mondiale. Les relations publiques se sont bien vite retrouvées mêlées au centre de ce grand « brassage des peuples et des cultures » (Maisonneuve, 2004, p.153). En effet, les spécialistes des relations publiques doivent maintenant s'appliquer à surmonter moult défis d'ordre culturel : « créer des liens de compréhension mutuelle afin de surmonter les multiples barrières d'incompréhension qui s'élèvent entre les divers environnements politiques, économiques, religieux, etc. » (Maisonneuve, 2004, p.156), en plus de tenir compte des différences culturelles, raciales et ethniques.

Les professionnels de la communication pratiquant les relations publiques internationales sont appelés à maîtriser diverses approches d'intervention, en plus de prendre en compte les différences culturelles. Plus important encore, ils ont à travailler sur deux plans complémentaires : ils doivent « eux-mêmes mener des activités de communication internationale et des relations de presse à l'étranger » (Maisonneuve, 2004, p.162) en plus d'appuyer leur organisation « dans ses communications internationales » (Ibid.). Nous pouvons ainsi facilement cerner le contexte dans lequel oeuvrent les représentants de l'UNESCO et les exigences communicationnelles liées à leurs interventions internationales.

2.2.1 Un nouvel ordre mondial de l'information et de la communication

En plus des pratiques de relations publiques, de plus en plus complexes à gérer, on observe que les populations des quatre coins de la planète doivent faire face à une nouvelle forme d'angoisse : la peur de l'information. Avec la vitesse effarante à laquelle se multiplient les satellites de communication et l'essor de la communication numérique, il n'est pas surprenant de voir certains pays s'insurger

devant les moyens utilisés pour satisfaire les besoins en information. Cette préoccupation a d'ailleurs longtemps interpellé l'UNESCO, qui réclamait avec force au cours des années 1970 et 1980 un Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication (NOMIC) (Char, 1999).

Deux thèses fondamentales s'affrontaient dans cette guerre de l'information : celle des pays industrialisés, qui bataillaient pour la libre circulation de l'information, et celle des pays en développement, qui réclamaient, eux, une circulation libre et équilibrée.

Le NOMIC est vite devenu un espace de débat idéologique sur l'information entre pays riches et pauvres. C'est d'ailleurs pour cette raison que l'UNESCO a réclamé, dès 1976, une commission d'enquête chargée d'examiner l'ensemble des problèmes de la communication dans la société contemporaine, en plus de proposer des mesures concrètes et pratiques en vue de promouvoir un ordre mondial de l'information « plus juste et plus efficace » (Char, 1999, p.4).

C'est en 1980 que la Commission internationale d'étude des problèmes de la communication (CIC, vite baptisée « commission MacBride ») a remis son rapport intitulé « Voix multiples, un seul monde ». Ce volumineux rapport abordait tous les points de vue, couvrait tous les sujets et proposait des recommandations concrètes. Pour la première fois, le NOMIC disposait d'un « cadre général, d'une justification détaillée, d'un ensemble de propositions, et d'un concept fédérateur – le droit à la communication » (Ambrosi, Peugeot et Pimienta, 2005).

Les conclusions de la Commission furent finalement approuvées - un moment déterminant pour le NOMIC, mais qui fut de courte durée. Les chances d'aboutir à un accord étaient minces; au lieu de rapprocher les parties, le processus mit plutôt à jour « leurs différences et raffermir leurs positions, notamment celles des gouvernements occidentaux » (Ibid.).

C'est alors que les États-Unis ont mené une « contre-offensive » auprès de l'UNESCO, accusant essentiellement les pays les moins développés d'essayer d'imposer « un contrôle gouvernemental des médias, et ainsi de supprimer la liberté de la presse » (Ibid). Alors que la société de l'information nouvellement politisée se développait, le NOMIC déclinait sous sa forme originale. Les experts se sont alors intéressés à l'importance critique du rôle des communications et de la circulation de l'information dans le développement culturel et se sont inquiétés du fait que « plus de 80 % à 90 % de l'information mondiale circulait dans un seul sens, des pays industrialisés vers les pays en voie de développement » (Char, 1999, p.26). La circulation de l'information (et donc, son équilibre et son impartialité) devait désormais occuper le cœur du débat international sur la communication mondiale, à la suite de la XVI^e Conférence générale de l'UNESCO, là où les pays occidentaux ont fait la promesse d'accroître leur aide aux médias du Tiers-Monde.

Avec quels résultats? Le Nouvel Ordre mondial de l'information et de la communication est officiellement relayé aux oubliettes à la fin de l'année 1989, trois jours avant la chute du mur de Berlin (Char, 1999, p.32).

Dans les échanges houleux sur le NOMIC, ce que le Nord a souvent reproché à la presse du Sud, c'est d'avoir en commun avec la presse de l'Est une langue de bois n'exprimant ni les connaissances, ni les attitudes des gens, mais des ordres et exhortations du pouvoir. Coquille vide que le NOMIC, dans laquelle ne se retrouveraient que les plus belles perles de la langue de bois? (Char, 1999, p.34)

Cette problématique renvoie une fois encore à l'idée que plusieurs dimensions de l'information sont souvent cachées, parfois trompeuses, souvent mal interprétées. À quoi sert ce Nouvel ordre mondial de l'Information et de la Communication si les éléments d'information qu'il transmet sont soupçonnés être déguisés sous des masses de propos vides de contenu? Plusieurs pays partagent cet avis et ont graduellement vu diminuer leur confiance envers les médias en général. Il faut toutefois être prudent : la « concentration médiatique à l'échelle

planétaire risque de s'accélérer avec la mondialisation » (Char, 1999, p.37), amenant de ce fait une standardisation des opinions.

Depuis l'époque du NOMIC, les développements technologiques ont été fulgurants : plus du quart de la population se sert d'ordinateurs et d'Internet pour s'instruire, lire son courrier ou prendre part à la vie sociale en réseau (Char et Côté, 2009). De fait, Internet s'est imposé depuis 20 ans dans toutes les sphères de communication et s'est révélé être beaucoup plus qu'un simple moyen de transmission : son impact restructure la nature même des contenus ainsi que la vie en société. Sous son influence, tous les volets de la vie quotidienne ont subi d'importantes mutations, la littérature y a trouvé une source de renouveau, les arts populaires (la musique, le cinéma, la télévision, le monde du spectacle) en supportent les effets, hésitant entre l'abandon d'une époque révolue et les promesses de ce que Char et Côté (2009) ont qualifié de nouvelle sphère médiatique.

Une importante part de la révolution de la communication publique s'est bel et bien enclenchée à l'arrivée d'Internet, supportée par une population prête pour du changement et assoiffée de nouveauté. Dans *Web social* (2010), Millerand, Proulx et Rueff nous rappellent qu'Internet a aujourd'hui adopté une forme différente, plus « sociale » : le web 2.0 est devenu un lieu participatif où l'utilisateur est appelé à s'informer, communiquer, travailler, créer, se divertir et s'éduquer par le biais des réseaux sociaux. Les auteurs de cet ouvrage se questionnent sur les visages de l'Internet contemporain, un volet qui nous intéresse particulièrement dans le cadre de cette recherche, bien que nous n'en traitons pas directement : le Web social annonce-t-il une mutation de la communication ?

2.2.2 Vers une mondialisation des communications : le point de vue français

L'auteur Dominique Wolton s'intéresse lui aussi à différents volets de la mondialisation communicationnelle. En se collant à la réalité française, l'auteur revisite le concept de la mondialisation de l'information et de la communication de

manière telle qu'elle ne devienne pas une sorte de « bombe à retardement » (Wolton, 2003, p.10). Effectivement, il semblerait que l'information et la communication soient maintenant devenues de véritables enjeux politiques dans cette autre mondialisation, cette troisième forme d'universalisation qui se préoccupe de la cohabitation culturelle au plan mondial.

En ce début de XXI^e siècle, l'émergence du « triangle infernal identité-culture-communication » (Ibid. p.11) ne fait plus aucun doute. Aux inégalités traditionnelles entre le Nord et le Sud s'ajoutent les risques politiques liés à la culture et à la communication. Pour remédier à cette problématique, nous devons nous pencher, entre autres choses, sur la redéfinition des termes « identité », « culture » et « communication » (Ibid. p.12). Cette mise à jour passe également par une autre révolution : la revalorisation du récepteur (le public). Effectivement, avec le surgissement du récepteur, le XXI^e siècle doit se faire un devoir de commencer à penser une « politique de la diversité culturelle » (Ibid. p.34).

Mais comment comprendre l'importance de la dimension culturelle dans la communication? Wolton suggère de revenir aux caractéristiques mêmes de la communication. Effectivement, celle-ci comporterait trois dimensions : la « technique », la « politique » et les « conditions socioculturelles » (Ibid.). L'auteur avance que les deux premières dimensions évolueraient rapidement et de manière parallèle, alors que la troisième (les conditions socioculturelles) serait beaucoup plus compliquée, voire plus lente à se mettre en place. « Les individus modifient moins vite leur manière de communiquer qu'ils ne changent d'outils » (Wolton, 2003, p.345), écrit-il.

Cette troisième forme de mondialisation serait celle qui, au lieu de rendre le monde plus familier, nous ferait le plus prendre conscience de nos différences. Pourquoi cette coupure? Wolton précise à ce sujet que la grande révolution en ce début de siècle, en matière de communication, procède de « la prise de conscience d'une discontinuité radicale entre l'émetteur et le récepteur » (Ibid. p.19). En effet,

les récepteurs ne seraient pas dans les mêmes « espaces-temps » (Ibid.) que les émetteurs, ce qui se traduirait par une confrontation entre les pays du Nord (émetteurs) et ceux du Sud (récepteurs). Le tout en viendrait à former un énorme fossé entre l'information et la communication, entraînant ainsi la difficulté de passer de l'une à l'autre.

2.2.3 Communication et culture

Wolton soutient par ailleurs qu'il y a deux dimensions dans l'information : la dimension fonctionnelle et la dimension normative. La dimension fonctionnelle renverrait tout simplement au fait que, dans la société, tout s'échange (d'où la forte interdépendance entre les différents acteurs). Au contraire, la dimension normative, elle, renverrait à un idéal, à « l'idée de partage, de compréhension, d'échange avec l'autre au sens de communion » (Wolton, 2003, p.27), facteurs qui sont également des éléments centraux de l'activité humaine et sociale. Dans l'information, la communication et la culture, on trouve une certaine dualité qui rend nécessaire la coexistence de ces deux dimensions.

Wolton souligne que, malgré l'absence d'opinion publique mondiale, une revanche des cultures nous obligerait à penser la cohabitation culturelle (Ibid. p.34). Celle-ci révélerait trois phénomènes essentiels des plus intéressants, à propos desquels une brève description suit.

En premier lieu, une théorie de la communication n'existerait pas sans une problématique du récepteur (d'où la nécessité de ralentir le processus de la communication plutôt que de l'accélérer); ensuite, admettre la légitimité du récepteur serait confondre le rapport entre le haut et le bas (d'où l'importance d'admettre une certaine égalité entre les différents partenaires des industries de la communication) et enfin, prendre en compte le récepteur reviendrait à poser la question de l'altérité (et donc, celle de la cohabitation entre les peuples et les cultures) (Ibid.).

Dans ce contexte, les industries culturelles, décrites comme étant des « activités dont l'objectif principal est la création et la distribution des arts et des divertissements » (MCO, 2007), se sont transformées; elles ont modifié leur vision du monde et se sont peu à peu spécialisées. Leur objet (l'information, la communication et la culture) leur offre un statut spécifique qui dépasse maintenant la logique économique. Wolton suggère d'entreprendre ce qu'il nomme « une révolution mentale » en poussant plus loin notre réflexion concernant les enjeux géopolitiques de la communication, avec le but avoué de « passer d'une idéologie des systèmes d'information à une problématique de la communication » (Wolton, 2003, p.35), afin de reconnaître que ces industries gèrent des visions du monde. Réguler les industries culturelles, travailler à la sauvegarde du lien social, encourager l'esprit critique et recourir davantage aux sciences sociales se trouvent intimement liés à la création de connaissances pour « penser les défis techniques, économiques et politiques, liés à l'expansion des industries du même nom » (Ibid. p.39).

La culture, entendue ici au sens de « ce qui fait signe dans la réalité sociale, qui permet de comprendre le monde, d'en parler, et qui est partagé par les autres » (Wolton, 2003, p.45), devient en soi un enjeu majeur pour interpréter un monde de plus en plus à portée de main, quoique toujours aussi précaire. Cette culture dite élargie (Ibid.) varie en fonction des continents et des pays; le sens qui lui est donné diffère également d'un peuple à un autre.

L'auteur souligne l'importance de ne pas confondre la mondialisation des techniques avec la mondialisation des communications, en plus d'établir une distinction claire entre la mondialisation des industries culturelles et ce que pourrait être la culture mondiale. « Un patrimoine culturel mondial émerge, mais non une culture mondiale » (Wolton, 2003, p.47), écrit-il. De là découle un problème crucial : il existe un déséquilibre frappant entre la multitude d'industries culturelles et l'absence de réalité d'une culture mondiale. « La culture devient un enjeu mondial, au sens où chacun sent combien sa vision du monde ne dépend plus de lui, et sera

toujours fragile » (Ibid. p.48), nous rappelant que la culture devient petit à petit un enjeu politique, se démocratisant et se socialisant un peu plus chaque jour.

La mondialisation de la communication a entraîné deux conséquences : le renforcement du lien entre culture et communication, et l'émergence d'une nouvelle problématique de l'identité culturelle collective. Ces effets témoignent de deux phénomènes contradictoires, spécifiques à la modernité : l'émergence de la société de masse et une extrême valorisation du thème de la liberté individuelle. Ces contradictions nous amènent à penser que la revendication identitaire se fait sur un mode collectif. L'identité culturelle collective, quant à elle, prend en considération deux caractéristiques importantes. D'une part le mélange entre la culture « au sens classique du patrimoine, et la culture comme cet ensemble d'informations, de connaissances et d'intuitions » (Wolton, 2003, p.58) essentielles pour se repérer dans le monde contemporain. D'autre part, l'identité culturelle collective, laquelle comporte une dimension collective qui souhaite intégrer « l'hétérogénéité de la société » (Ibid.).

2.2.4 De nouveaux défis contemporains

La cohabitation culturelle tend à devenir un enjeu politique mondial capital, dominé par l'information, extrêmement complexe à comprendre et à gérer. Ce nouveau défi consistera, entre autres choses, à organiser, selon le même idéal qui a autrefois provoqué la naissance de l'ONU, « la cohabitation entre les cultures sur la base de leur respect mutuel et de leur égalité » (Wolton, 2003, p.80). Entraînée, notamment, par la remise en question de la société de consommation, cette cohabitation vise à valoriser le primat des peuples, des langues, et des histoires face aux techniques et aux marchés.

La cohabitation culturelle est considérée comme le troisième pilier de la mondialisation, le premier étant le pilier politique (avec la création de l'ONU ou les déclarations des droits de l'homme), et le second, la mondialisation économique

(Wolton, 2003, p.81). Ce troisième pilier concerne l'émergence de la culture et de la communication comme enjeu politique mondial. Il est pertinent de s'interroger sur les raisons qui incitent à une telle volonté de cohabitation et d'union entre les peuples. Effectivement, le concept de cohabitation culturelle serait le résultat de deux logiques contradictoires. Il procède à la fois d'une volonté d'organiser le dialogue des cultures ainsi que d'une marchandisation de la communication et de la culture. Tout comme Wolton, nous sommes d'avis que c'est parce que la culture et la communication obéissent autant aux valeurs qu'aux intérêts que le concept de cohabitation culturelle peut prétendre être le troisième pilier de la mondialisation, considérant des règles politiques nouvelles pour élaborer un modèle plus ouvert.

2.2.5 Culture et communication : des enjeux actuels

C'est un fait : « la culture et la communication sont aujourd'hui des enjeux aussi importants que la santé et l'alimentation » (Wolton, 2003, p.87). Un décroisement culturel émerge de l'espace public où tous les enjeux sont devenus synchroniques (Ibid). Cette modification de notre environnement, apportée par les mouvements antimondialistes, pourra potentiellement conduire à un débordement politique « pour tout ce qui concerne le culturel, la religion, la communication » (Ibid.). Voilà pourquoi il importe de considérer la pensée critique sur les enjeux mondiaux du triangle identité-culture-communication; à notre avis, penser la cohabitation culturelle au niveau mondial sera l'un des défis les plus difficiles des prochaines années.

Wolton s'interroge beaucoup sur les enjeux entourant le concept d'altérité culturelle qui, avec le temps, devient « l'un des facteurs de guerre au moins aussi important que les inégalités économiques Nord-Sud » (Wolton, 2003, p.88). Il souligne que tout l'enjeu de la cohabitation culturelle est en fait la place qu'elle laisse à l'altérité qui reflète, quant à elle, l'existence d'un projet politique. Mais que représente le projet politique? D'abord, la reconnaissance de la diversité culturelle; ensuite, l'existence d'un principe d'intégration démocratique des éléments de cette

diversité culturelle (Wolton, 2003, p.89). Ce projet politique nous oblige à « sortir de la culture », ce qui est en soit l'un des aspects les plus difficiles à réaliser.

L'auteur est catégorique : la diversité culturelle est « le fait qui s'impose à l'horizon de la mondialisation » (Wolton, 2003, p.94). Certains spécialistes, tel Katz (2004) et Benbassa (2005) la considèrent dans une perspective culturelle (qui conduirait au communautarisme, et non au culturalisme), alors que d'autres (Wolton lui-même est le principal représentant de cette tendance à laquelle adhèrent également Brunel et Charron) la traitent sur le mode politique, qui permet d'étayer le concept de cohabitation culturelle. Désormais, le terme *identité* ne réfère plus directement aux notions d'intégration et d'unité. Des identités plurielles font leur apparition. « L'universalisme est à la fois confronté aux irrédentismes identitaires et aux multiples formes de différentialismes » (Wolton, 2003, p.95). « La cohabitation culturelle saura-t-elle nous éviter un choc des civilisations » (Ibid.)? Wolton soulève cette interrogation des plus pertinentes, pour laquelle il suggère de réfléchir davantage sur la question des rapports entre culture et communication.

2.2.6 Une diversité à valoriser

Pour approfondir la réflexion, on propose d'assumer la diversité des langues, de promouvoir la laïcité, de garantir le pluralisme médiatique, de relier diversité culturelle et Droits de l'homme, de valoriser l'apport de l'immigration, de mieux équilibrer les rapports Nord-Sud, de mettre en œuvre la cohabitation culturelle, et enfin, de mieux penser le tourisme (Wolton, 2003, pp. 101-115). En réalité, « la diversité culturelle n'est-elle pas une ambition normative autant qu'une obligation fonctionnelle » (Ibid. p.117)? Il convient de revisiter le paradigme de diversité culturelle dans une perspective essentiellement humaniste et sociale, avec les divers problèmes qui l'accompagnent.

Prenons l'exemple de la France qui doit conjuguer avec une diversité culturelle qui s'exprime de manière de plus en plus violente. La France, comme bien

d'autres pays, tente de s'ajuster : des études semblent démontrer que « la méfiance à l'égard de l'Autre s'affiche plus nettement au moment où les défis de la cohabitation culturelle changent de sens et deviennent mondiaux » (Wolton, 2003, p.121).

Ainsi, la mondialisation de l'information modifie totalement notre manière de poser la question de la cohabitation culturelle. Il y a de cela quelques années, « l'indépendance était la *condition*¹¹ de l'identité culturelle » (Wolton, 2003, p.126). Dans les années à venir, lorsque le monde globalisé (et globalisant) sera déployé, l'autonomie pourra davantage garantir le concept de l'identité culturelle. La nouveauté ici est l'idée du lien fondamental tissé entre les notions d'identité culturelle et d'autonomie. Face à une mondialisation économique de plus en plus sélective, le concept d'autonomie entre en croissance accélérée, tentant d'assurer les bases d'un « avenir moins instable » (Ibid.).

La cohabitation culturelle rend nécessaire des efforts partagés, réciproques, solides et cohérents. N'oublions pas que la relation avec l'Autre est toujours beaucoup plus difficile à gérer quand la relation devient une réalité « quotidienne sociologique » (Wolton, 2003, p.127). Au-delà des moyens technologiques, le cas de la France nous rappelle que ce qui est important se trouve toujours dans l'expérience lente et difficile de l'altérité (Ibid.).

Pour la France, la cohabitation culturelle passe d'abord par la diversité linguistique, témoignant de la richesse du peuple français (Wolton, 2003, p.139). En effet, « préserver la pluralité des représentations du monde constitue la première condition de la cohabitation culturelle » (Ibid.). L'auteur souligne que les pays doivent choisir entre la diversité culturelle (si difficile et coûteuse à gérer) et la fuite vers « une logique moderne et mondialiste » (Ibid.), possiblement porteuse de nombreux conflits culturels.

¹¹En italique dans le texte.

Wolton (2003, p.157) nous apprend que l'Europe est la première expérience démocratique en temps réel de cohabitation culturelle. Effectivement, la diversité culturelle est au cœur même du projet européen. De fait, il semble quasi-impossible de réfléchir à l'enjeu de la cohabitation culturelle au plan mondial sans penser à la situation particulière de l'Europe. Région baromètre du globe, il semblerait que tous les espoirs soient mis dans la réussite de ce pari gigantesque que constitue la cohabitation culturelle.

« Certes, la cohabitation culturelle, même réussie au plan mondial, n'est pas une condition suffisante de la paix, mais sans cohabitation culturelle, on le sait, la paix est plus improbable encore » (Wolton, 2003, p.175). Ce qui distingue l'Europe, c'est qu'elle n'a jamais séparé clairement le projet politique démocratique de la reconnaissance du pluralisme. Véritable mosaïque de cultures, l'Europe est aujourd'hui apte à démontrer que le projet de cohabitation culturelle est tout à fait possible.

On l'a dit, penser la cohabitation culturelle, c'est construire le troisième pilier de la mondialisation (Wolton, 2003, p.199). De plus, penser la cohabitation culturelle consiste à refonder la politique démocratique à l'échelle globale. C'est également miser sur le processus de communication, et rappeler que la communication interculturelle va de pair avec un projet politique sérieux (Ibid.). Effectivement, la cohabitation culturelle est un enjeu politique international, aussi urgent à penser que le multiculturalisme.

Pour l'auteur, plusieurs questions demeurent sans réponse : comment gérer la cohabitation culturelle entre communautés? Comment donner toute sa place à la dimension culturelle sans pour autant tomber dans le culturalisme? Comment penser les rapports entre société, culture, communication et politique? (Wolton, 2003, p.201). Autant d'interrogations qui méritent de s'y attarder et ce, rapidement. Parce que l'urgence de la situation se fait de plus en plus ressentir. Parce que l'importance

d'une définition humaniste et politique de la communication est maintenant indispensable.

2.2.7 Le monde des extrêmes

Pour Brunel et Charron, nous évoluons présentement à une époque de haute modernité et de globalisation, à l'heure des campagnes anti-terroristes, « dans un monde des extrêmes » (Brunel et Charron, 2002, p.293). À l'extrême du progrès technique, et à celui du terrorisme, à l'extrême du courant néo-libéral et à celui du repli sur soi, à l'extrême de la recherche scientifique.

Désormais, la technologie explose (menant de ce fait à l'exclusion d'une partie importante de la population mondiale) et les inégalités subsistent (les questions traditionnelles de la misère, de la pauvreté, de la santé, du logement ou de l'éducation de base persistent, en même temps qu'apparaît le besoin nouveau de se protéger contre le terrorisme). La pratique de la démocratie et les droits humains doivent être revues; en effet, les grandes théories du développement semblent avoir perdu de leur crédibilité (Rist, 1996, p.345). S'agit-il de la fin du développement tel que nous l'avons connu jusqu'à ce jour? En ce sens, nous assistons à une montée des luttes identitaires puisque la question de l'identité culturelle est maintenant prioritaire.

En ce qui concerne la nouvelle communication internationale, on doit s'interroger sur son statut dans la mouvance actuelle de la concentration des médias qui « écrase de nombreux concurrents et protège peu le public » (Brunel et Charron, 2002, p.298). Alors que la liberté de presse fait des percées disproportionnées dans le monde, « le droit à l'information est toujours menacé et le droit à la communication demeure marginal » (Ibid.). La nouvelle communication internationale pose plusieurs défis de taille... mais comment parvenir à les relever ?

Devant une réalité culturelle toujours plus internationale dans toutes les grandes villes du monde, face à la fermeture utopique des frontières et en réponse à « l'hégémonie d'une certaine culture dans le monde » (Brunel et Charron, 2002, p.151), doit-on considérer la mondialisation « comme une ouverture sur le monde ou comme l'imposition du monde sur son dos » (Ibid.) ? À cette question, nous opterons pour la première affirmation, en soutenant que la mondialisation apporte des d'éléments d'ouverture et de changements positifs. La vigilance est toutefois requise; une approche communicationnelle mieux articulée à la culture locale s'avère nécessaire.

Brunel et Charron portent une attention particulière aux dimensions actuelles de la mondialisation. En s'appuyant sur les auteurs suivants, ils s'efforcent de définir en termes clairs le concept de mondialisation. Selon Robertson, la mondialisation représente « la cristallisation du monde entier en un seul endroit » (1995, p.52). Pour Moreau-Defarges, la mondialisation se définit comme « l'ensemble des processus multipliant les réseaux, les interdépendances entre toutes les parties de la terre, créant progressivement un espace mondial unifié d'échanges et appelant des réglementations, des coopérations planétaires » (1998, p.37).

Brunel et Charron soulignent avec justesse que le moteur actuel de la globalisation est constitué d'une part par la finance, le capital de risque et la commercialisation et, d'autre part, par la stabilité politique et militaire. Concernant la mondialisation des systèmes de communication en particulier, un rapport mondial effectué par l'UNESCO en 1997 a clairement souligné que les nouvelles technologies de la communication devenaient centrales (Brunel et Charron, 2002, p.53). D'ailleurs, pas moins de quatre transformations majeures ont été mentionnées dans ce rapport de l'UNESCO : « la révolution numérique, la mise au point des micro-processeurs, la montée de la nanotechnologie et la convergence technique » (Ibid.). Cette mutation technologique a nécessairement favorisé l'émergence de transformations économiques, telle la dérégulation des systèmes de communication.

Pour Brunel et Charon, la mondialisation poursuivra son essor de manière « anémique, prudente et discrète » (2002, p.61). La nouvelle communication porte en effet des risques inhérents de « non-communication » (Ibid. p.62), remettant de ce fait en question plusieurs grandes approches communicationnelles humanistes. Brunel et Charron sont d'avis que la communication redeviendra traditionnelle selon des critères typiquement occidentaux et que la désinformation se fera de manière de plus en plus subtile, favorisant de ce fait la multiplication de systèmes de propagande et de renseignements plus forts, plus sophistiqués. La mondialisation ne peut que demeurer précaire et vulnérable dans un pareil contexte.

2.2.8 Communication et développement durable

À la lumière de ces constats, comment pouvons-nous penser le développement durable dans une perspective à la fois mondiale et communicationnelle ? Le développement durable n'est pas une tendance sociétale parmi tant d'autres, ni « un axe de communication profitable que l'on peut coller sur un produit ou un service qui n'en aurait pas la légitimité » (Audoin, Courtois, Rambaud-Paquin, 2009, p.12). Cette approche fait partie d'un vaste ensemble de concepts dédiés à rien de moins qu'à la sauvegarde de l'humanité.

Toutefois, il existe des freins, autant techniques que culturels, à l'engagement du secteur de la communication dans le développement durable, un manque d'outils, de méthodes, d'experts consacrés au secteur qui permettraient une mise en œuvre efficace des principes de développement durable à l'échelle planétaire. Ce vacuum communicationnel doit être comblé pour permettre une meilleure intégration du développement durable dans tous les secteurs de la société. L'essor d'une communication responsable peut en effet être perçu comme l'un des facteurs « d'innovation, de pérennité et d'efficacité » (Ibid. p.13) du développement durable. En ce sens, la communication peut contribuer à des avancées positives en participant aux changements de culture et de mode de vie qui s'imposent, en relevant le défi du développement durable et en l'intégrant à ses pratiques.

Les efforts en matière d'activités de communication et de sensibilisation déployés par l'UNESCO et les différentes organisations internationales nous amènent-elles à défendre le concept de développement durable d'une manière telle que son sens premier ne soit pas altéré? Pour Pascal Laliberté, chargé de projets chez Vivre en ville, un organisme national canadien d'intérêt public qui a pour mission l'amélioration de la qualité de l'environnement et des milieux de vie par la recherche d'un aménagement des territoires, le développement durable est « la recherche d'un développement optimal à long terme et non d'un compromis à court terme, entre économie, environnement et société » (Laliberté In Tremblay, 2007, p.158). Il représente en quelque sorte un idéal vers lequel il faut tendre, un « processus d'amélioration continue » (Ibid.).

Pour y parvenir, il importe d'avoir la capacité « de se projeter dans le temps, d'avoir une vision et des objectifs à long terme qui tiennent compte de nos ressources limitées et des choix optimaux dans toutes les facettes de la vie humaine » (Ibid.). Alors... changer la perception, les valeurs et les comportements des publics ou modifier les objectifs de communication initiaux?

2.2.9 Écotourisme et patrimoine mondial

Au cours des dernières années, on a vu les patrimoines matériels et immatériels se transformer en de véritables produits touristiques pour les professionnels du tourisme et pour les États concernés, facilitant ainsi l'expansion de l'économie touristique mondiale (Gagnon, 2010, p.124). Il est incontestable que le tourisme, « phénomène complexe aux dimensions économique, sociale et culturelle » (Ibid.), a pris une ampleur sans précédent. En plus d'être un atout pour le développement local, il représente également un défi à l'échelle mondiale, devant considérer les impacts négatifs et les enjeux incontournables pour le patrimoine culturel sur lequel repose la croissance du tourisme et de la culture identitaire des peuples. Ces menaces et ces opportunités exigent d'être à la fois reconnus, examinés et étudiés pour favoriser la conception d'une approche

communicationnelle permettant d'encourager une gestion durable et cohérente des ressources patrimoniales.

Or le patrimoine fait appel à l'idée d'un héritage offert par les générations précédentes et « transmis intact aux générations futures ainsi qu'à la nécessité de constituer un patrimoine pour demain » (Koussoula Bonneton In Gagnon, 2010, p.130). Peu de mots ont autant de pouvoir d'évocation que celui de patrimoine, lequel renvoie à l'histoire territoriale aussi bien qu'à celle de l'évolution des rites et coutumes à travers les siècles. On assiste d'ailleurs à une expansion continue des objets ou des sites entrant dans le champ du patrimoine; comme le rappelle Koussoula Bonneton (In Gagnon, 2010, p.131), « le patrimoine inclut aujourd'hui les cultures ouvrières ou les friches industrielles ».

Le tourisme est l'un des atouts pour la conservation du patrimoine par le biais de l'importante fonction économique qu'il propose. Les forts mouvements financiers engendrés par les visites et les achats des touristes permettent l'entretien et assurent le maintien de l'état de conservation général de ce patrimoine. En ce qui a trait aux flux indirects, ils renforcent « la création d'emploi et l'amélioration du pouvoir d'achat de la population locale » (Ibid.). Cependant, il importe de considérer la commercialisation du patrimoine qui, une fois combinée à sa mise au service du développement économique, sous-tend de manière intrinsèque le risque de sa surexploitation, voire sa banalisation ou même sa destruction.

Étrangement, dans la valorisation du patrimoine, l'objectif est à la fois sauvegarde du patrimoine et rentabilité immédiate (Ibid.). Hervé Barré, spécialiste du tourisme durable au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO, résume cette situation particulière : « Le tourisme est très paradoxal : c'est à la fois un prédateur et un sauveur du patrimoine, le tourisme peut être à la fois la meilleure et la pire des choses pour le patrimoine » (Barré In Baillargeon, 2008).

Quand un lieu ou un bien patrimonial atteint une certaine notoriété, il attire l'attention et cette popularité peut s'avérer difficile à gérer, « la culture et la nature devenant de simples attractions malléables et exploitables » (Koussoula Bonneton In Gagnon, 2010, p.132). C'est d'ailleurs la raison pour laquelle une politique du tourisme culturel réunit étroitement les actions de sauvegarde du patrimoine culturel et naturel en plus des activités de mise en valeur touristique de façon à ce que les populations locales jouissent de retombées économiques, mais aussi culturelles et sociales.

Une intégration des politiques culturelles, juste, réfléchie et fondée sur la valorisation du patrimoine dans une perspective de développement, est la condition principale de la transmission du patrimoine culturel aux générations futures, perpétrée en grande partie par le tourisme culturel (Ibid.). Patrimoine et tourisme évoluent définitivement dans une dialectique controversée. Il importe donc de penser l'écotourisme en tant que créneau favorisant véritablement le développement viable des communautés locales.

2.3 Et les relations publiques?

La place et le rôle des relations publiques au sein d'une organisation sont trop souvent difficiles à évaluer. Des plus petits organismes sans but lucratif aux grandes entreprises internationales, tous ont recours aux services des relationnistes pour établir et maintenir des communications avec différents publics dans des environnements en constant changement.

Les relations publiques ont précisément pour objet de définir et de mettre en œuvre une politique permanente de communication, destinée à permettre à un groupe d'établir des relations loyales et honnêtes avec les publics internes et externes qui conditionnent son existence et son développement. Les relations publiques doivent constituer une fonction intégrée à la direction du groupe. (Code des professionnels des relations publiques de la France In Maisonneuve, 2004, p.7)

Grunig et Hunt (1984, pp. 20-43) se sont intéressés à l'émergence progressive de nouveaux modèles de relations publiques, pour aider les professionnels des communications à mieux comprendre de quelle manière la profession était et devait être pratiquée. Pour les auteurs, le terme « modèle » est employé pour définir la représentation d'une réalité qui nous est propre. Grunig et Hunt définissent le premier modèle, l'agent/promotion (*Press Agency / Publicity*), comme étant une approche qui cherche uniquement à faire la promotion des organisations, en soulignant leurs bons coups. Ce modèle est jugé inefficace à long terme en tant que pratique de relations publiques dans le milieu organisationnel. On peut lui reprocher, entre autres choses, sa tendance à ne pas considérer l'opinion de ses parties prenantes.

Grunig et Hunt (1984) définissent trois autres modèles qui attestent de l'évolution graduelle des relations publiques. De fait, le second modèle concerne la libre information du public (*Public Information*), le relationniste ayant pour mandat de diffuser l'information dont les différents publics de l'organisation ont réellement besoin. Les visées promotionnelles de l'entreprise sont alors exclues.

Le troisième modèle est celui de la communication asymétrique bidirectionnelle (*Two-Way Asymmetric*) : les relationnistes développent alors des mécanismes de recherche et de communication avec les publics, leur offrant ainsi l'opportunité de faire connaître leurs pensées, sans que cela n'ait toutefois beaucoup d'impact sur les enjeux décisionnels. L'écoute des publics est valorisée, bien que seul l'intervenant organisationnel dispose du pouvoir de décision finale.

Le quatrième modèle des relations publiques, le plus efficient et surtout, le plus légitime selon Grunig et Hunt, concerne la communication symétrique bidirectionnelle (*Two-Way Symmetric*), où tous les interlocuteurs peuvent avoir une influence dans l'échange communicationnel. Nous valorisons également cette approche, notamment dans le contexte de notre recherche sur les communications entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Toutefois, cette approche nous apparaît idéaliste, voire utopique sur le chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle français à l'étude. Ce quatrième modèle, bien que souhaité, ne s'applique pas dans toutes les situations. D'ailleurs, les auteurs Grunig et Hunt l'avaient également pressenti en élaborant leur théorie situationnelle (1984, p.149), préconisant de choisir parfois un modèle, parfois un autre, selon les situations. Cette théorie reconnaît trois valeurs essentielles pour qu'un public soit considéré comme actif : « la reconnaissance d'un problème, l'engagement de cette personne à l'égard de ce problème et sa volonté de poser des gestes qui régleront ou atténueront ce problème » (In Maisonneuve, 2004, p.235). C'est sur cette théorie des relations publiques portant sur les caractéristiques d'un public actif que repose la participation des individus aux différents groupes de pression. Véritables vecteurs de changement, ces groupes de pression peuvent avoir un impact considérable sur le mode de fonctionnement et la prise de décision de toute organisation, même internationale.

2.3 Retour sur la problématique

À la lumière des auteurs consultés et après avoir analysé l'ensemble de leurs propos, nous retenons les concepts clés suivants comme cadre d'analyse pour notre projet de recherche. Ainsi, nous pouvons nous appuyer sur les concepts généraux étroitement liés aux dynamiques de tourisme culturel, intégrés aux approches stratégiques de relations publiques, de communication internationale et de développement durable. Nous tiendrons également en compte les stratégies de communication déployées par l'une des institutions des Nations-Unies (l'UNESCO) ayant pour ambition de favoriser le développement et l'émergence de connaissances nouvelles entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Enfin, nous considérerons les travaux de Grunig et Hunt pour modéliser la pratique des relations publiques en tant que processus de communication internationale en lien avec notre étude de cas.

2.5 Conclusion

Ce deuxième chapitre nous a permis de présenter les auteurs sur lesquels nous avons choisi d'appuyer nos réflexions dans le cadre de cette recherche en communication publique. Nous nous sommes attardé, notamment, aux propos tenus par des spécialistes de la communication aux intérêts multiples, passant de la situation internationale des pays en développement aux notions de développement durable. Nous avons également couvert le champ du tourisme durable, de la mondialisation et de la cohabitation culturelle, en plus de définir ce que représentaient pour nous les relations publiques. Fort de ces notions nouvelles, le cadre théorique aura permis de circonscrire notre objet d'étude qui sera investigué à l'aide d'une méthodologie mixte, présentée au chapitre suivant.

CHAPITRE III

CADRE MÉTHODOLOGIQUE

Dans ce chapitre, nous aborderons la démarche méthodologique utilisée pour effectuer cette recherche. Il sera notamment question des caractéristiques de la méthode de l'étude de cas sur laquelle repose notre étude. Nous verrons également comment l'observation participante, le journal de bord et l'entrevue semi-dirigée nous ont été utiles pour recueillir les données et faire émerger des connaissances nouvelles dans cette recherche.

3.1 Présentation et justification du cas

Parce que nous nous intéressons à quelques biens culturels inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à un moment précis dans le temps (2010), l'étude de cas constitue le canevas de base de notre travail. Notre recherche a pour but de vérifier si les techniques de relations publiques déployées dans les stratégies de mise en valeur du patrimoine mondial sur la voie du Piémont pyrénéen de Saint-Jacques-de-Compostelle contribuent au positionnement du patrimoine mondial comme agent de diffusion des principes de développement durable. Gauthier (2003, p.166) définit l'étude de cas comme suit :

L'étude de cas est une approche empirique qui consiste à enquêter sur un phénomène, un événement, un groupe ou un ensemble d'individus, sélectionné de façon non aléatoire, afin d'en tirer une description précise et une interprétation qui dépasse ses bornes¹².

Comme toute approche méthodologique, l'étude de cas comporte ses avantages et ses inconvénients. Toutefois, en nous concentrant sur un ensemble de cas, nous pouvons mener une étude beaucoup plus approfondie, détaillée et rigoureuse. Une telle méthode permet d'effectuer des observations spécifiques et

¹²En italique dans le texte.

d'en expliquer les particularités lors de l'analyse. Cependant, cette méthode est parfois critiquée, comme le mentionne Gauthier (2003, p.167) :

[L'étude de cas] ne permet pas de généralisation, parce qu'elle peut porter à confusion si le cas s'avère déviant, parce qu'elle présente souvent des lacunes sur le plan théorique, parce qu'elle s'arrête souvent à la description, sans chercher d'explication, etc¹³.

Afin de ne pas tomber dans ces pièges, nous nous sommes appuyé sur certains principes directeurs guidant la collecte de nos données et leur interprétation. Puis, nous avons analysé plusieurs sites spécifiques situés sur la voie du Piémont pyrénéen, selon une méthode d'échantillonnage ciblé par critères.

L'étude de cas ne se limite pas nécessairement à l'étude d'un seul cas. Selon Gauthier (2003, p.162), les méthodologues s'entendraient pour dire que « certaines études se [penchent] sur deux ou trois entités plutôt qu'une. Ces cas peuvent être analysés comme trois entités différentes, ou encore comparés entre eux pour mieux distinguer les particularités de chaque cas ou mieux, défendre une thèse quelconque ». L'analyse de plusieurs entités nous permettra donc d'établir un comparatif entre les sites historiques étudiés afin d'en faire ressortir les caractéristiques générales et les grandes tendances qui les composent.

Les différentes techniques méthodologiques employées dans le cadre de cette recherche sont l'observation participante et l'entrevue semi-dirigée. Dans les sections suivantes, nous expliquerons comment nous avons procédé pour analyser notre corpus.

3.2 Une démarche mixte

Nous avons opté pour une démarche d'enquête alliant les approches qualitative et quantitative. La démarche mixte permet d'une part d'offrir une richesse explicative des variables mesurées en plus de « permettre l'analyse en profondeur d'un nombre important de thèmes (sur le mode qualitatif) et d'autre part, de mesurer

¹³ En italique dans le texte.

l'ordre de grandeur des différentes variables, de pondérer et de relativiser les différents arguments (sur le mode quantitatif) » (Corrélation conseil, 2010). Ce choix méthodologique nous semble approprié en regard de la définition qu'en donne Grawitz (1984, p.655) :

L'analyse qualitative repose sur la *présence ou l'absence*¹⁴ d'une caractéristique donnée, tandis que l'analyse quantitative recherche la *fréquence*¹⁵ des thèmes, mots, symboles retenus. [...] Dans l'analyse quantitative, ce qui est important, c'est ce qui apparaît souvent, *le nombre de fois*¹⁶ est le critère, alors que dans l'analyse qualitative, la notion d'importance implique la nouveauté, l'intérêt, la valeur d'un thème, ce critère demeurant évidemment subjectif.

Ce bref descriptif nous confirme la tangente méthodologique à valoriser dans le cadre de ce projet de recherche, et nous indique les nuances à considérer afin d'atteindre les résultats attendus.

3.3 Échantillonnage

Dans le cadre de cette recherche, nous pouvons étudier tous les biens reconnus par le patrimoine mondial de l'UNESCO sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France. En effet, cinq monuments et deux ensembles identifiés pour leur valeur exceptionnelle jalonnent la route menant vers la cathédrale de Saint-Jacques-de-Compostelle sur le chemin parallèle à la voie d'Arles¹⁷, portant le total à sept biens étudiés. Il importe de noter que les deux ensembles sélectionnés, bien qu'ils comportent plus d'un bien désigné, ont été analysés de manière identique aux biens uniques.

¹⁴En italique dans le texte.

¹⁵Idem.

¹⁶Idem.

¹⁷Le 18 septembre 2010, soit quelques semaines après notre passage, a eu lieu la cérémonie de dévoilement de la plaque d'inscription de l'église Notre-Dame de Tramesaygues (Église d'Audressein). Se trouvant sur une variante de la voie empruntée, nous avons fait le choix de ne pas étudier ce bien culturel. Également, la basilique de Saint-Just-de-Valcabrère, aussi inscrite sur la liste du patrimoine mondial au titre du chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle et située à trois kilomètres de la cathédrale de Saint-Bertrand-de-Comminges sur une autre variante, n'a pas été étudiée pour des raisons similaires. Le ratio des biens culturels analysés est donc de 7 sur 9, soit 77%.

Ainsi donc, une méthode d'échantillonnage par critères ciblés nous aura servi à circonscrire les biens étudiés. Les critères étaient simples : les biens devaient figurer sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO au titre du chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle en France ou à titre de bien individuel, et être situés sur la voie du Piémont pyrénéen, entre Carcassonne et Saint-Jean-Pied-de-Port (où débute le tronçon espagnol - *el Camino Francés* - vers Santiago).

3.4 Corpus à l'étude

À partir de la liste des sites du patrimoine mondial publiée par l'UNESCO sur son site Internet, nous avons procédé à notre échantillonnage par critères. Ainsi, les monuments et ensembles étudiés sont les suivants :

Tableau 3.1 - Les monuments et ensembles patrimoniaux étudiés

PAYS, VILLE (DÉPARTEMENT - RÉGION)	SITES DU PATRIMOINE MONDIAL
1- France, L'hôpital-Saint-Blaise (Aquitaine – Pyrénées- Atlantiques)	L'église Saint-Blaise
2- France, Saint-Jean-Pied-de-Port (Aquitaine – Pyrénées-Atlantiques)	La porte Saint-Jacques
3- France, Oloron-Sainte-Marie (Aquitaine – Pyrénées-Atlantiques)	L'église Sainte-Marie
4- France, Saint-Lizier (Ariège – Midi-Pyrénées)	L'ancienne cathédrale cloître cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède palais épiscopal remparts
5- France, Saint-Bertrand-de-Comminges (Haute-Garonne – Midi-Pyrénées)	Basilique paléochrétienne Chapelle Saint-Julien Ancienne cathédrale Notre-Dame
6- France, Carcassonne (Aude, Languedoc-Roussillon)	Ville fortifiée historique de Carcassonne
7- France, Carcassonne (Aude, Herault, Languedoc-Roussillon)	Canal du Midi

3.5 Élaboration d'un outil de saisie des résultats d'analyse

Deux bordereaux d'analyse existants ont été utilisés pour développer un outil de saisie des données, adapté à la présente recherche. D'abord, celui élaboré par Danielle Maisonneuve dans le cadre d'une recherche sur les relations publiques entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. Ensuite, la grille développée par le Groupe interministériel sur le développement durable du Conseil fédéral du Québec¹⁸, combinée aux critères mondiaux pour le tourisme durable présentés par l'Organisation des Nations-Unies¹⁹, nous aura permis d'adapter le premier bordereau de cueillette de données à la méthode de l'observation participante en fonction des indicateurs de développement durable définis dans la Stratégie Nationale de Développement Durable de la France (2003).

¹⁸Conseil fédéral du Québec. Avril 2005. *L'outil d'analyse de projet pour le développement durable des collectivités* – un outil d'aide pour les décideurs. Table interministérielle sur le développement des collectivités. En ligne. <http://dsp-psd.tpsgc.gc.ca/Collection/Enl54-31-1-2005F.pdf> Consulté le 24 février 2010.

¹⁹Partnership for Global Sustainable Tourism Criteria. 2009. *Les critères*. En ligne. http://www.sustainabletourismcriteria.org/index.php?option=com_content&task=view&id=245&Itemid=449 Consulté le 20 février 2010.

Tableau 3.2 – Bordereaux d'analyse

A) PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux				
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement				
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'entreprise recherche activement les moyens de réduire leur utilisation				
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol				
3) Éco-efficacité des transports				

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril				
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux				
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité				
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages				

B) PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés				
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services				
3.1) La politique d'achat favorise les produits respectueux de l'environnement, pour les matériaux de construction, les biens d'équipement, la nourriture et les consommables				
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation				

C) ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut offrir				
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux				
3) Des informations et de l'interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel				
4) La satisfaction du client est mesurée				

**D) MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi				
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux				
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales				

Nous insistons ici sur l'accessibilité des données par la méthode de l'observation participante. Sachant que la France définit 45 indicateurs du développement durable, répartis en 12 classes elles-mêmes divisées en fonction des trois piliers d'origine (socio-sanitaire, économique et environnemental)²⁰, nous devons sélectionner les indicateurs facilement observables. Ainsi, cinq indicateurs pour le pilier environnemental et trois pour le pilier économique ont été retenus parce qu'ils sont facilement observables; ils sont tirés de la Stratégie Nationale de Développement Durable de la France (2003). Le pilier socio-sanitaire quant à lui sera étudié grâce à la méthode de l'entrevue semi-dirigée.

3.6 Observation participante

Parce que nous nous intéressons aux techniques de communication publique employées par l'UNESCO sur certains sites du patrimoine mondial ainsi qu'au lien avec le respect des normes de développement durable liées à la Convention du patrimoine mondial, l'observation participante constitue la base de notre méthode de travail. Notre recherche vise à déterminer en quoi les communications influencent (ou non) les comportements des pèlerins et des touristes sur l'une des voies parallèles aux quatre chemins d'origine menant vers la vieille ville de Saint-Jacques-de-Compostelle.

La notion d'observation participante a été développée par Malinowski au début du XX^e siècle. « Elle implique de la part du chercheur une totale immersion dans son terrain pour tenter d'en saisir tous les détails, toutes les subtilités, au risque de perdre une partie d'objectivité liée au manque de recul » (Bouifrou, 2006, p.1). Bogdan et Taylor (1975, p.45) définissent comme suit l'observation participante : « une recherche caractérisée par une période d'interactions sociales intenses entre le chercheur et les sujets, dans le milieu de ces derniers ». Au cours de cette période des données sont systématiquement collectées.

²⁰Rapport du groupe de travail interministériel sur les indicateurs, présenté à la Commission des Comptes et de l'Économie de l'Environnement, *Indicateurs nationaux du développement durable . lesquels retenir?* 2003. Stratégie Nationale de Développement Durable de la France, En ligne. <http://www.developpement-durable.gouv.fr/>. Consulté le 24 février 2010. p.11

Les observateurs s'immergent personnellement dans la vie des gens. Ils partagent leurs expériences. L'expression *observation participante* tend à désigner le travail de terrain en son ensemble, « depuis l'arrivée du chercheur sur le terrain, quand il commence à en négocier l'accès, jusqu'au moment où il le quitte après son séjour » (Lapassade, 1993).

Comme toute approche méthodologique, l'observation participante comporte ses avantages et ses inconvénients. Dans son livre intitulé *Méthodes de recherche en Sciences humaines*, Jones (1996, p.98) fait la démonstration suivante :

Dans cette approche, de nombreux problèmes naissent de l'affection des faits perçus par un observateur dans telle ou telle catégorie ou de la modification des comportements observés due à la présence de cet observateur. Ces réactions peuvent résulter de la crainte des individus à être évalués, de l'attention supplémentaire accordée aux conduites ou encore d'un processus de facilitation sociale. Quelles qu'en soit l'explication, un observateur doit démontrer que son travail n'a pas été contaminé. Il peut d'ailleurs prendre des précautions afin d'en minimiser les conséquences, notamment en évitant de perturber les personnes observées et en dissimulant son identité.

Comprenons ici que le chercheur, en plus de jouer un rôle, se doit d'acquérir un statut à l'intérieur du groupe qu'il étudie, lui permettant de participer activement aux activités comme un membre à part entière tout en maintenant une certaine distance critique.

C'est ainsi que nous avons sillonné à pied, crédentiale à la main, les voies du Piémont pyrénéen et du *Camino francès*, entre Carcassonne et la vieille ville de Saint-Jacques-de-Compostelle, du 19 juillet au 9 septembre 2010, soit un trajet de 1300 kilomètres répartis sur 54 jours. Nous avons fréquenté les gîtes et avons côtoyé pèlerins, touristes et randonneurs aguerris durant toute la durée du terrain. Non seulement nous nous sommes retrouvé sur le chemin des étoiles, mais nous avons fait partie intégrante du mouvement des pèlerins sur ce chemin, durant plusieurs semaines.

3.6.1 Le journal de bord

Le journal de bord est souvent mentionné comme instrument, essentiel ou accessoire, pour consigner des données. Baribeau (2005, p.101) retient trois grandes sources auxquelles on peut rattacher la plupart des écrits : le courant anthropologique (notes de terrain), le courant de la théorisation ancrée (mémos) et les journaux de pratique réflexive. C'est ainsi que nous prenons conscience de l'importance du rôle que peut jouer un tel outil dans le cadre d'une recherche comme la nôtre.

Le journal de bord aidera le chercheur à produire une recherche qui satisfait aux critères de validation de cohérence interne [...]. Le journal de bord constitue un document accessoire important aux données recueillies sur le site (Mucchielli, 1996, p.116).

Le journal de bord se révèle donc un instrument méthodologique de choix utilisé dans le cadre de ce projet. Tout élément observé ou ressenti y a été consigné de manière plus ou moins ordonnée, car comme nous le rappelle Fortin (1987 p.30) :

[...] il faut tenir un journal de bord où on note tout, c'est-à-dire tout ce qui semble pertinent et même ce qui ne l'est pas à première vue, comme les conversations, les événements, les anecdotes, les impressions, les potins, les incertitudes méthodologiques. [...] c'est l'instrument privilégié de l'observation participante.

Un cahier relié permettant la prise de notes manuscrites *in situ* nous a accompagné dans nos moindres déplacements, nous permettant d'y consigner réflexions et observations. Son contenu sera mis à contribution au moment du dépouillement et de l'analyse des données récoltées.

3.6.2 La prise de photographies

Plus de 800 images ont été prises durant toute la durée de notre terrain de recherche dont 70 ont été consignées dans une base de données. Elles ont été formellement identifiées, nous permettant ainsi de les utiliser ultérieurement aux fins

d'analyse. La totalité des photos a été prise à l'aide d'une caméra digitale de type Nikon Coolpix L4.

3.7 L'entrevue semi-dirigée

Pour Savoie-Zajc (2009, p.339), l'entrevue est considérée comme « *une interaction verbale entre des personnes qui s'engagent volontairement dans pareille relation afin de partager un savoir d'expertise, et ce, pour mieux dégager conjointement une compréhension d'un phénomène d'intérêt pour les personnes en présence²¹* ». Échange verbal visant à générer un savoir socialement construit, retenons que l'entrevue peut être réalisée selon trois approches, bien que cela ne fasse pas consensus : dirigée, semi-dirigée ou non dirigée.

Dans le cadre de notre projet, la méthode de l'entretien semi-dirigé sera utilisée. Certaines questions seront donc planifiées, mais la personne interrogée demeurera toujours libre d'aborder d'autres aspects du sujet et ce, dans l'ordre qui lui convient, le but étant de faire émerger des connaissances nouvelles :

L'entrevue semi-dirigée consiste en une interaction verbale animée de façon souple par le chercheur. Celui-ci se laissera guider par le rythme et le contenu unique de l'échange dans le but d'aborder, sur un mode qui ressemble à celui de la conversation, les thèmes généraux qu'il souhaite explorer avec le participant à la recherche. Grâce à cette interaction, une compréhension riche du phénomène à l'étude sera construite conjointement avec l'interviewé (Savoie-Zacq, 2009, p.340).

Les chercheurs soutiennent généralement que l'entrevue sera plus féconde si elle est préparée (Mayer et Ouellet, 1992, p.318). C'est pourquoi nous avons élaboré un schéma d'entrevue afin de limiter au maximum les biais potentiels.

²¹En italique dans le texte.

Tel que mentionné précédemment, le pilier socio-sanitaire a fait l'objet exclusif des entrevues. Cette décision méthodologique s'est avérée nécessaire à la suite de la définition des variables étudiées par l'observation participante.

Tableau 3.3 - Schéma d'entrevue

1) Que pensez-vous globalement des actions de solidarité locales en lien avec le site où vous travaillez?
2) Que pensez-vous des actions favorisant le développement de relations harmonieuses (éducation civique, règlement collectif) dans votre localité?
3) Êtes-vous satisfaits des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans votre collectivité?
4) Selon vous, la mondialisation (entendue au sens de l'expansion et de l'harmonisation des liens d'interdépendance entre les nations et les activités humaines à l'échelle mondiale) est-elle une menace ou une chance pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable?
5) Comment qualifieriez-vous le sentiment d'appartenance que vous portez à votre collectivité?
6) Tous les membres du personnel reçoivent-ils une formation en ce qui concerne leur rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé et de sécurité? Si oui, quelles formes cela prend-il?
7) ²² Pensez-vous que la nomination au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO a eu un impact positif pour [nom du lieu concerné]?

C'est ainsi que les entrevues ont été réalisées auprès des guides touristiques ou des agents à l'accueil des lieux historiques ciblés, portant le total à six entrevues (une par bien culturel étudié)²³. D'une durée d'une dizaine de minutes, ces entrevues ont été enregistrées à l'aide d'un appareil d'enregistrement numérique de marque

²²Cette question n'a pas été posée à l'ensemble des membres composant l'échantillon, ce point étant amené pour discussion uniquement lorsque la conversation s'y prêtait, ne faisant pas partie de notre schéma d'entrevue initialement.

²³L'importante affluence de pèlerins et de visiteurs à l'Office de tourisme de Saint-Jean-Pied-de-Port ne nous aura pas permis de réaliser une entrevue avec la seule préposée qui s'y trouvait, qui était complètement débordée. Elle a toutefois accepté de répondre à quelques-unes de nos interrogations de manière informelle.

Panasonic (voir l'appendice A pour consulter le verbatim de chacune des entrevues). Le français a été utilisé comme langue d'usage. Chaque personne interviewée s'est vue remettre un formulaire de consentement²⁴ qu'elle était invitée à signer, nous autorisant ainsi à utiliser les réponses fournies à des fins d'analyse. Une méthode d'analyse de contenu sera utilisée, nous permettant ainsi un examen systématique et méthodique des données récoltées.

3.8 Analyse de la documentation secondaire

Nous avons également procédé, dans le cadre de cette recherche, à l'analyse des données secondaires. L'analyse secondaire désigne « l'analyse de données produites dans d'autres circonstances que celles du processus d'analyse, qu'il s'agisse de réexplorer ses propres données ou d'interroger celles recueillies par d'autres chercheurs avec souvent des hypothèses de départ différentes » (Mercklé, 2009). Les documents étaient récoltés dans les Offices de tourisme, ou à même les présentoirs à l'accueil des lieux historiques visités. Un échantillon de deux à trois documents a donc été amassé pour chacun des sites étudiés; en effet, nous devons limiter le poids du matériel ainsi obtenu, ce dernier devant être transporté dans un sac à dos sur les centaines de kilomètres du voyage.

3.9 Recension quantitative des mentions UNESCO

Nous avons également procédé lors du terrain à un référencement des mentions UNESCO. Ce volet nous permettra d'évaluer la visibilité du patrimoine mondial sur la voie du Piémont pyrénéen, en plus de conclure en une possible corrélation entre les messages véhiculés et les actions entreprises par les autorités internationales. Pour obtenir cette recension, le formulaire suivant (voir Tableau 3.5) a été conçu et utilisé systématiquement pour élaborer une base de données.

²⁴Le formulaire de consentement est disponible à l'appendice B.

Tableau 3.4 Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

NOM DU SITE :				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO sur le site visité				
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion				
Mention sur les panneaux routiers				
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme				
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)				
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)				
Mention des efforts de conservation, de restauration				
Accessibilité (routes, affluence, etc.)				
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)				

Ce tableau nous aura permis de récolter des dizaines de données qualitatives et quantitatives sur chacun des biens patrimoniaux étudiés en lien avec notre sujet de recherche. Un tableau résumé présentant les données compilées a été préparé afin de faciliter l'analyse, nous permettant ainsi de mieux visualiser les éléments distinctifs et les traits communs entre chaque lieu (voir Appendice C).

3.10 Limites de l'étude

Comme pour toute étude réalisée, la nôtre comporte diverses limites. Du point de vue méthodologique, l'observation participante comporte certains risques. Révéler sa position de chercheur au reste du groupe peut engendrer une modification des comportements des membres observés, comme en témoigne Fortin (1987, p.27) :

Le danger ici bien sûr, c'est que les gens ne [nous] montrent que leur bon côté, modifient leur comportement ou leur discours en [notre] présence pour [nous] impressionner favorablement; ils [nous] cacheront des choses pour faire bonne figure. Autrement dit, [nous] risquons de [nous] faire servir le discours officiel sans pouvoir mesurer l'adéquation de ce discours à la réalité.

Une seconde limite relève des contraintes associées au pèlerinage lui-même. Compte-tenu du facteur temps (entre 7 et 10 heures de marche chaque jour, arrivée sur le lieu d'étude en fin après-midi, temps variable selon les conditions météorologiques) et de certaines limites logistiques (impossibilité de prévoir à l'avance notre arrivée, ni de réserver notre séjour ou d'aviser les autorités responsables sur les sites de notre visite), la rencontre avec un guide touristique n'était aucunement assurée, le site pouvant être fermé ou le guide trop occupé, etc.

Une troisième limite est liée au risque de blessure et de maladie sur le chemin. En effet, une vilaine chute dans une palombière par une journée pluvieuse a provoqué son lot de désagréments physiques, nécessitant un temps d'arrêt pour hospitalisation et convalescence, puis une réorganisation de l'itinéraire préalablement défini. Le calendrier établi depuis le début du terrain de recherche s'est ainsi vu modifié.

Une quatrième limite relève des personnes rencontrées au moment de procéder aux entrevues. Tel que mentionné précédemment, il nous était impossible de prévoir à l'avance l'heure exacte ni même la date de notre arrivée sur les sites étudiés. Ainsi donc, nous discutons avec les personnes disponibles sur le terrain

lors de notre passage, soit celles qui étaient disposées à nous fournir certaines réponses. Il s'agissait bien souvent de guides touristiques à l'emploi du lieu historique; toutefois, leur niveau d'expérience et leurs connaissances générales se sont avérés très variables d'un lieu à un autre.

3.11 Validité scientifique

Nonobstant les limites précédemment explicitées, certains critères de scientificité cautionnent notre projet de recherche, valident la démarche et assurent la crédibilité des résultats obtenus. Dans le cadre de la présente étude, on parlera de rigueur méthodologique et on évoquera les paramètres de crédibilité (validation interne), de transférabilité (validation externe), de constance interne et de fiabilité, encouragé en ce sens par les propos de Mucchielli (1996), Laperrière (1997) et de Savoie-Zajc (2000).

Savoie-Zajc (2000) présente quatre critères de scientificité méthodologique qui suggèrent que les résultats de la recherche doivent se présenter à l'aide d'une description riche et transparente à la fois du contexte des acteurs (transférabilité) et du déroulement de l'expérience (fiabilité). [...] les données doivent être objectivées, ce qui implique que les instruments de collecte et d'analyse soient clairement justifiés et clarifiés (confirmation). Ces critères nous apparaissent indissociables d'une production scientifique qui souhaite refléter une image compréhensive de la complexité de l'agir professionnel, une image qui soit compréhensible à la fois pour la communauté scientifique et aussi reconnaissable par tous les acteurs de la recherche (crédibilité). (Prud'homme et al. p.45)

La crédibilité est assurée par une technique de triangulation des sources et des méthodes ainsi que par un souci d'établir la validité de la signification de l'observation et des interprétations. Le choix des situations à observer, la neutralité de la chercheuse et la sélectivité des perceptions (Laperrière, 1997, p.289) ont constitué la toile de fond des critères méthodologiques respectés. La transférabilité, quant à elle, se reflète dans la possibilité d'application à d'autres contextes. Ces derniers reposent, dans le cas qui nous intéresse, sur notre échantillonnage

théorique basé sur une description complexe du contexte et des sujets de la recherche.

La constance interne est définie comme « l'indépendance des observations et des interprétations par rapport à des variations accidentelles ou systématiques » (Gohier, 2004, p.7). Pour cette recherche, le temps constitue ce type de variation. La notion de constance interne a été atteinte, notamment, par la rigueur de l'observateur. La fiabilité, elle, consiste en « l'indépendance des analyses par rapport à l'idéologie du chercheur » (Ibid.) : l'énonciation claire de nos présupposés et de nos orientations épistémologiques, dans un premier temps, et notre implication à long terme sur le terrain, ensuite, auront contribué au respect de ce critère de scientificité. Une triangulation des données nous aura également permis d'assurer la fiabilité des résultats obtenus.

En résumé, la méthodologie mixte adoptée dans le cadre de cette recherche, « pas plus que les autres méthodes de collecte de données en sciences humaines, » (Laperrière, 1997, p.290), d'ailleurs, ne présente pas de critères absolus de scientificité de ses données. Il importe toutefois de noter que les biais ont été limités et que les démarches de collecte et d'analyse des données ont été clairement présentées, contribuant de ce fait à la rendre crédible.

3.12 Conclusion

Ce troisième chapitre nous a permis de situer les démarches mises en œuvre pour le recueil des informations nécessaires à notre collecte de données, pour réaliser notre projet de recherche. Nous y avons décrit, entre autres éléments, la population de référence et déterminé la méthode d'échantillonnage sur lesquelles s'est appuyée la recherche, ainsi que ses caractéristiques. Nous avons également discuté de la méthodologie mise en œuvre pour la construction de collecte des informations et sa validation, de la taille de l'échantillon et de l'enquête sur le terrain. Notre cadre méthodologique permet la collecte et le traitement des données à partir

de l'observation participante, du journal de bord, du schéma d'entrevue, des photographies et des bordereaux d'analyse ont permis de rassembler les résultats présentés au chapitre suivant.

CHAPITRE IV

PRÉSENTATION DES RÉSULTATS

4.1 Évaluation des grilles d'observation et des verbatims d'entrevue

Dans cette section, nous présenterons les résultats obtenus au terme de notre cueillette de données. Nous exposerons les données recueillies à travers notre grille d'observation et les verbatims de nos entrevues, puis nous dévoilerons les faits saillants pour l'ensemble des sites étudiés. Cette recension nous permettra de voir quels sont les critères de développement durable mis de l'avant et encouragés dans les stratégies de communication déployées dans ces sites du patrimoine mondial étudiés.

Il importe de noter que tous les verbatims d'entrevue se trouvent à l'appendice A et que les bordereaux d'analyse complétés ont été placés à l'appendice D. Enfin, des tableaux résumant les données recueillies pour chacune des catégories de notre grille d'analyse (verbatim) se trouvent à l'appendice E. Rappelons ici nos six grandes catégories d'analyse : en premier lieu, les trois piliers du développement durable (économique, environnemental, socio-sanitaire); puis, en second lieu, les activités d'un management durable soit la maximisation des avantages du patrimoine culturel et la minimisation des impacts négatifs ainsi que la visibilité du centre du patrimoine mondial de l'UNESCO.

Afin de faciliter la compréhension du lecteur et par souci de préserver l'anonymat des personnes interrogées, leur identification sera faite par le recours à des acronymes. Exemple : P.I. pour « Personne Interviewée ». Un numéro associé au site étudié sera attaché à l'acronyme (voir appendice C), nous permettant une distinction claire entre les propos de chacun.

4.1.1 Ville fortifiée historique de Carcassonne

Le terrain de recherche s'est effectué dans la seconde semaine du mois de juillet 2010 à Carcassonne, alors que la ville débordait de touristes et de visiteurs venus prendre part aux festivités du 14 juillet, fête nationale des Français. Pour l'occasion, plus de 700 000 personnes étaient réunies pour assister à l'embrasement de la Cité historique, événement de renommée mondiale. Précisons que ces feux d'artifice présentent chaque année un risque pour la vieille ville, tant par les mouvements de foule que par les installations pyrotechniques.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une agente à l'accueil et à la sécurité (P.I.1), préposée au château de Carcassonne. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements suivants : selon P.I.1, aucune action de solidarité locale n'a été mise en place dans la Cité, bien que les besoins soient fort nombreux et criants. « Il n'y en a pas du tout », nous disait-elle d'un ton catégorique et désolé. Elle nous a avoué se sentir personnellement interpellée par les actions favorisant le développement de relations harmonieuses dans sa collectivité, mais nous a également fait part que « les gens ne se sent[aient] pas concernés » par des considérations d'ordre sanitaire, notamment. « Ils ne sont pas propres », nous disait-elle tout bonnement.

L'association sans but lucratif Outre-Mer Horizon « a pour mission d'organiser et de gérer les activités d'entraide, de cohésion sociale, culturelle, sportive et humanitaire des personnes originaires des DOM/TOM²⁵ dans la ville de Carcassonne et le département de l'Aude » (Ville de Carcassonne, 2010). Elle assure également l'intégration de personnes de nationalité antillaise dans la collectivité. Toutefois, P.I.1 semblait incapable de nous renseigner sur cette organisation, et ignorait jusqu'à son nom.

²⁵ Acronyme signifiant « Département d'Outre-Mer / Territoire d'Outre-Mer » par rapport à la France.

Elle ne croit pas que la mondialisation puisse engendrer des retombées positives sur la cité, et encore moins sur le développement durable. Cette réponse est justifiée, selon elle, par le fait qu'il est difficile d'accéder à la ville historique fortifiée avec des véhicules et donc, d'y conduire des camions à ordures.

En ce qui concerne son sentiment d'appartenance face à la cité, ce dernier est très fort. « Le château, c'est chez moi; c'est mon château ! » nous disait-elle les yeux brillants. Elle est très fière d'y travailler.

Peu de formation est offerte aux employés gravitant autour de la ville fortifiée historique de Carcassonne. Une formation de sécurité de base est tout de même donnée aux employés au moment de l'embauche, et des messages-clés jumelés à des actions concertées ayant trait aux grands problèmes de santé publique (pensons aux épidémies de grippe, par exemple) sont aussi offerts aux employés.

Observation

Pilier environnemental

La ville fortifiée historique de Carcassonne est située dans un secteur très touristique, comportant de grandes aires de restaurations, idéales pour combler l'appétit des nombreux touristes qui y gravitent en saison estivale. Les restaurants de type « restauration rapide » y fourmillent, amenant avec eux leur lot de vaisselle jetable. Bien qu'il y ait plusieurs poubelles réparties sur tout le site, le fait qu'elles soient composées des mêmes matériaux que ceux utilisés dans le mobilier urbain les rendent moins visibles. Il n'y a pas de papier hygiénique dans les salles de bain publiques, ni de savon pour se laver les mains.



Figure 4.1 Poubelle dans la Cité de Carcassonne

On l'a dit plus tôt, la ville fortifiée historique de Carcassonne implique un achalandage touristique annuel des plus impressionnants, qui engendre son lot quotidien de bruit et de risque d'altération des biens patrimoniaux. Toutefois, nous avons été surpris de constater que des équipes d'entretien s'assuraient en permanence que les structures demeurent intactes après chaque événement à grand déploiement, menant quotidiennement une ronde d'inspection très rigoureuse.

Les véhicules sont interdits dans la cité médiévale; les visiteurs et touristes se déplacent à pied ou en petit train. Des mini-bus intelligents²⁶ sillonnent également la ville pour transporter les utilisateurs de leur point de départ à leur point d'arriver.

Pilier économique

Les nombreux commerçants rencontrés semblaient majoritairement heureux de travailler à proximité de ce lieu magnifique. L'offre de service comportait de

²⁶Pour faciliter les petits trajets au centre-ville de Carcassonne, les autorités chargées du transport proposent chaque année de mai à septembre un service silencieux, non-polluant et original appelé « TOUC ».

nombreux produits confectionnés avec des ingrédients issus de matières premières tels les savons ou les produits naturels, ainsi que des produits locaux issus du terroir carcassonnais (biscuiteries, pâtisseries, boulangeries, etc.).

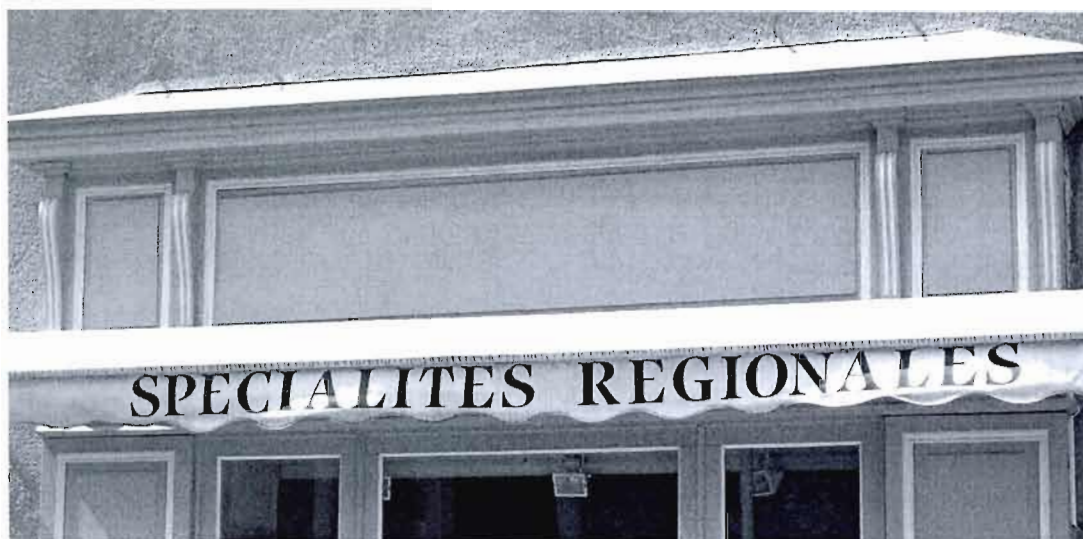


Figure 4.2 Commerce offrant des spécialités régionales, Carcassonne.

Activités d'un management durable

Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'organisation peut offrir. Il a été intéressant de constater que l'accès au château était gratuit pour les personnes à mobilité réduite et leurs accompagnateurs. Une abondance d'informations reliées à l'histoire du lieu est offerte aux visiteurs selon diverses formules : des guides, des conférences, des audioguides et des points d'information sont mis à la disposition des personnes intéressées à en apprendre davantage sur ce site riche d'histoire. La satisfaction du client n'est cependant pas mesurée.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi et sous forme de reproduction. Il est aisé de constater que l'organisation contribue à la protection des biens historiques, archéologiques, culturels et spirituels locaux, et que l'accès pour les résidents locaux ne se trouve en rien entravé.

La ville fortifiée historique de Carcassonne utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales. Beaucoup de galeries d'art et d'artisans ont pignon sur rue dans les environs de la Cité.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Une plaque UNESCO se trouve à l'entrée de la Cité historique, apposée sur une colonne de pierres. Aucune mention UNESCO ne se trouve dans la publicité ou dans la promotion, ni sur les panneaux routiers. Une seule inscription « patrimoine mondial » a été recensée dans la documentation remise à l'Office de tourisme. Bien que les caractéristiques justifiant le référencement (« caractère exceptionnel » du site) ainsi que des efforts constants de conservation et de restauration soient présentés sur quelques outils promotionnels, l'information nous a semblé diluée et loin d'être explicite. Le site est facile d'accès par la route, la gare ou l'aéroport; il projette une image d'excellente conservation générale.



Figure 4.3 Plaque UNESCO – Ville historique fortifiée de Carcassonne



Figure 4.4 Mention « Patrimoine Mondial » sur un babillard, Carcassonne

4.1.2 Canal du midi

Le Canal du Midi, inscrit sur la Liste du patrimoine mondial depuis 1996, offre un port de plaisance et des vacances paisibles aux amoureux de promenades en bateau, à pied ou en vélo. Construit par Pierre Paul Riquet au XVII^e siècle, le Canal du Midi, long de 240 kilomètres, relie l'océan Atlantique à la mer Méditerranée.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une guide touristique (P.I.2), interprète sur un bateau navigant sur le Canal du Midi. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements suivants : selon P.I.2, les actions de solidarité locale ne préoccupent pas les gens; elle croit que certains dispositifs sont certainement mis en place mais que cela ne peut pas s'étendre à grande échelle.

Elle considère que la suraffluence des touristes, « qui engendrent une production de déchets assez importante », constitue un problème qui mérite que nous nous y attardions. P.I.2 nous avoue trouver que « tout le monde n'est pas respectueux de l'environnement et de l'hygiène », et que « tout le monde ne fait pas les efforts à 100 % » pour protéger notre planète.

P.I.2 s'avère très franche dans ses propos : elle nous a clairement révélé que selon elle, les Carcassonnais aimaient les touristes parce qu'ils leur rapportaient beaucoup d'argent, mais que cet « amour » changeait du tout au tout quand ces mêmes touristes parlaient de s'installer définitivement dans la ville. Les Carcassonnais ne perçoivent pas du même œil ceux qui viennent s'installer pour de bon dans la région, développant une crainte de se faire « voler » leurs emplois. « Donc, les gens sont très favorables au tourisme, mais ils ne sont pas favorables à l'installation définitive des étrangers ». Une recherche rapide sur Internet nous aura permis de dresser une liste d'associations bénévoles qui viennent en aide aux nouveaux arrivants. Ces informations ne nous ont pas été indiquées dans l'entrevue.

P.I.2 considère la mondialisation comme étant une chance pour le développement de la Cité, permettant l'échange culturel entre les pays. D'un autre côté, elle voit la mondialisation comme pouvant avoir des conséquences négatives dans la mesure où plus les gens seront nombreux à fréquenter le site, plus il y aura de risques de dégradation, de déchets et de possibles problèmes de salubrité.

Passionnée par son travail, P.I.2 nous avoue toutefois ne pas se sentir parfaitement intégrée. Elle considère, par son métier, participer à la vie du canal, mais ne pas en faire partie de manière intégrante. Elle a reçu une formation concernant la sécurité des passagers sur son bateau, mais sans plus. Elle croit que la nomination du Canal du midi au patrimoine mondial de l'UNESCO a eu un impact positif pour la région, notamment en favorisant une augmentation significative de l'achalandage depuis ce temps.

Observation

Pilier environnemental

Le site fait la promotion de la production et de l'utilisation de matériaux recyclables ou biodégradables, ainsi que de la réutilisation de ces types de matériaux. Un petit guide intitulé *Guide des loisirs nautiques* est remis aux plaisanciers, dans laquelle une section « respect de l'environnement » s'avère des plus intéressantes. Ce document, bien construit et fort complet, est l'un des rares exemples d'outils communicationnels distribués gratuitement aux plaisanciers qui considère les notions de développement durable.

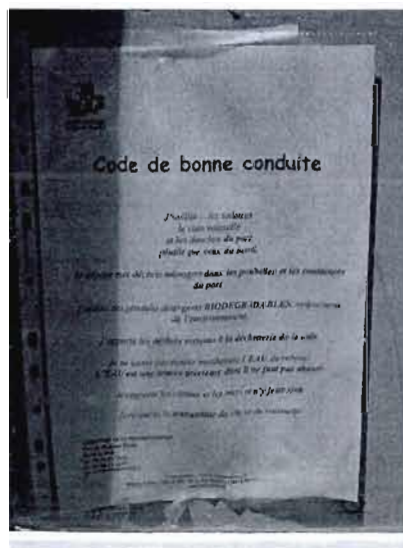


Figure 4.5 Code de bonne conduite du plaisancier aux abords du Canal du Midi

Un nombre élevé de bateaux de plaisance naviguent chaque année sur le canal, entraînant son lot de déchets et de pollution en tout genre. Nous avons nous-même constaté que les rives et les berges du canal étaient très polluées, que des jeunes s'y réunissant souvent pour y faire la fête, l'endroit n'étant pas surveillé, et que ces derniers y laissaient fréquemment un amoncellement de papier et de bouteilles en tout genre.



Figure 4.6 Déchets sur les rives du Canal du Midi

Malgré la pollution, plusieurs animaux sauvages ont fait des environs du canal leur habitat. De fait, il s'agit d'une biodiversité comprenant des dizaines d'espèces, des tortues aux hérons en passant par une vaste variété de poissons qui ont élu domicile au Canal du Midi. Il est précisé, durant le tour guidé en bateau, que les visiteurs ne doivent jamais manipuler, toucher ou déranger les animaux sauvages.



Figure 4.7 Canards sauvages sur le Canal du midi

De grands terrains verts, à la végétation abondante et aux arbres nombreux, complètent agréablement la vue d'ensemble que nous avons à notre arrivée dans ce secteur de Carcassonne. Nous avons appris, par ailleurs, que plus de 42 000 arbres avaient récemment été plantés sur les berges afin d'éviter que ces dernières ne s'affaissent. Une affiche du Pavillon bleu d'Europe 2010²⁷, garante d'un environnement de choix, a été installée à proximité du canal, symbole d'une qualité environnementale exceptionnelle. Paradoxalement, nous avons observé durant de longues heures une équipe chargée de l'entretien des berges, à l'œuvre avec des tondeuses et autres outils très polluants. Nous les avons vus passer d'une berge à une autre, allant même jusqu'à traverser un pont fait d'asphalte et de béton, leurs instruments toujours en fonction. Une multitude de graffitis décorent les structures adjacentes au Canal du Midi.

²⁷ « Créé par l'Office français de la Fondation pour l'Éducation à l'Environnement en Europe en 1985, le Pavillon Bleu valorise chaque année les communes et les ports de plaisance qui mènent de façon permanente une politique de recherche et d'application durable en faveur d'un environnement de qualité. Cet écolabel permet de sensibiliser et de motiver les collectivités locales ou les gestionnaires de port de plaisance afin qu'ils prennent en compte le critère "environnement" dans leur politique de développement économique et touristique, en complément et en renforcement des directives nationales et/ou européennes obligatoires ». (Pavillon bleu, 2010)



Figure 4.8 Panneau « Pavillon bleu d'Europe », Canal du Midi



Figure 4.9 Un graffiti aux abords du Canal du Midi

Pilier économique

Comme dans plusieurs villes à vocation touristique de classe internationale, les emplois se multiplient en période estivale aux abords du canal, et les employés rencontrés semblaient satisfaits de leurs conditions d'emploi. Le personnel

touristique à l'emploi de ce site patrimonial est compétent et offre des sorties de qualité aux touristes, sous forme de randonnées en bateau sur le Canal.

Activités d'un management durable

Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'organisation peut offrir. Les visites guidées en bateau sont offertes à toutes les clientèles, incluant les personnes vivant avec un handicap. Des informations et de l'interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale et le patrimoine culturel sont fournies aux touristes. Les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes et des sites du patrimoine culturel sont également présentées aux touristes via les visites commentées en bateau. La satisfaction des clients n'est, à notre connaissance, mesurée d'aucune façon.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi. L'entreprise contribue à la protection des biens et des sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Nous ne sommes pas parvenu à trouver la plaque UNESCO dans ce secteur de Carcassonne. Nous croyons qu'elle doit se trouver à l'une ou l'autre des extrémités du canal, à Sète ou à Toulouse.

Tous les guides touristiques rencontrés ont mentionné l'UNESCO durant leurs présentations. Cette dernière est également inscrite à l'intérieur du guide touristique et de l'*Officiel du Canal du Midi*. Avec l'audioguide de la bastide de

Carcassonne, on apprend que le canal est vidé et nettoyé chaque hiver. Il coule à proximité de la gare SNCF²⁸, à proximité des grandes routes et de l'aéroport de Carcassonne. Le site projette une image de bonne conservation générale.

4.1.3 Saint-Lizier

Les monuments, incluant la cathédrale de Saint-Lizier construite au XI^e siècle, ne sont pas les seuls attraits de la cité. En effet, de nombreuses associations animent périodiquement les rues du village : feux, fêtes, journées spéciales s'enchaînent. Situé au pied des Pyrénées, Saint-Lizier est un véritable belvédère sur les montages du Couserans, pour le plus grand plaisir des amoureux de la marche.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une guide touristique (P.1.3), préposée à l'Office de tourisme de Saint-Lizier à l'emploi depuis trois jours sur ce site. L'entretien s'est déroulé sur le parvis de la cathédrale. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements suivants : P.1.3 nous a brièvement parlé des jumelages de villes (Saint-Lizier est associé à un camp palestinien de *Beit Jibrin*, un jumelage symbolique et militant), sans toutefois entrer dans les détails. Elle nous a également avoué connaître l'existence de banques alimentaires à Saint-Girons (une municipalité un peu plus grande que Saint-Lizier située à trois kilomètres de cette dernière). Il y a également là un grand jardin public, mis à la disposition des résidents désireux de cultiver leurs propres légumes.

²⁸ Acronyme signifiant « Société nationale des chemins de fer français »



Figure 4.10 Panneau à l'entrée de la ville, Saint-Lizier

Fait des plus importants à mentionner : aucun tri des déchets n'est effectué à Saint-Lizier. De grands contenants extérieurs sont mis à la disposition des résidents et des visiteurs, mais tout se retrouve au dépotoir municipal. P.I.3 nous a expliqué que les résidents désireux de récupérer certains de leurs déchets réutilisables devaient se rendre par leurs propres moyens à la déchetterie, située à 50 kilomètres de là, à Saint-Gaudens, ce qu'elle considère « inadmissible pour les personnes âgées ».

L'Office de tourisme propose un accueil en trois langues (français, anglais, espagnol) afin d'accommoder un plus grand nombre de visiteurs. Outre cette mesure, il ne semble pas y avoir de moyens de communication mis en place dans la ville pour faciliter l'intégration des personnes de nationalités différentes dans la collectivité.

P.I.3 pense que la mondialisation est un atout pour une ville comme Saint-Lizier. Elle dit que les échanges entre les cultures sont toujours positifs, en autant qu'elles n'entraînent pas une uniformisation de ces dernières. « Que chacun garde son identité tout en se mélangeant », ajoute-t-elle.

Contrairement aux autres personnes avec qui nous avons discuté de ce sujet, P.I.3 dit ne pas avoir un fort sentiment d'appartenance envers la commune de Saint-Lizier, ni même envers le lieu dans lequel elle travaille; au contraire, elle soutient ne pas se sentir intégrée. « Ici, c'est un petit village; les gens y vivent de génération en génération. Moi, mes grands-parents sont italiens, donc ils sont venus vivre ici... j'habite en plus en dehors du village, et je ne me sens pas du tout intégrée » nous a-t-elle dit timidement. Elle n'avait reçu aucune formation au moment de notre rencontre.

Elle ajoute que la nomination au patrimoine de l'UNESCO a fort possiblement modifié certains éléments dans la perception des visiteurs concernant la commune de Saint-Lizier. « C'est classé, donc c'est à voir. Je crois que ça attire les gens ».

Observation

Pilier environnemental

À l'extérieur du lieu, un duo de poubelles multi-usages situé à proximité des remparts est mis à la disposition des visiteurs. Aucun tri des matières récupérables n'est possible dans ces poubelles, et il n'y a pas de centre de tri à proximité.



Figure 4.11 Poubelles à Saint-Lizier

Au moment de notre passage, d'importants travaux visant la réhabilitation d'un centre d'hébergement et la restauration de la cathédrale Notre-Dame de la Sède étaient en cours, ajoutant un niveau de bruit très élevé et une multitude de déchets sur le terrain. La cathédrale n'était pas accessible au public.



Figures 4.12 Affiches témoignant de la nature des travaux, Saint-Lizier

Il est impossible de circuler dans la ville en transports en commun et on doit conjuguer avec beaucoup de véhicules dans le secteur des sites classés; il y a peu d'espace de stationnement.

On ne peut évaluer les aspects fauniques et naturels du site avec précision puisque ce dernier a été classé sur la Liste du patrimoine mondial à titre de bien culturel.

Pilier économique

Il a été agréable de constater qu'à l'intérieur de l'Office de tourisme, les employés plus expérimentés étaient jumelés avec les employés plus jeunes afin d'assurer le partage des connaissances.

Il y avait peu de commerces ou d'aires de restauration à proximité du lieu. Nous n'avons identifié qu'un seul café offrant une jolie terrasse à l'arrière de la cathédrale et un dépôt de pain de production locale.

Les occupants de la porte voisine de l'Office de tourisme étaient des artistes verriers qui diffusaient leur art au travers des vitrines. Certains soirs, la cathédrale se transformait en salle de concert pour les pianistes de la région.

Activités d'un management durable

Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'organisation peut délivrer. L'accessibilité au lieu étudié s'avère somme toute facile pour les personnes à mobilité réduite. Une rampe d'accès a récemment été aménagée pour faciliter l'accès aux fauteuils roulants.

Durant toute la durée de la visite guidée de la cathédrale, les visiteurs sont priés de se conformer aux règles présentées sur un feuillet affiché à l'entrée, indiquant la conduite à adopter à l'intérieur du lieu sacré (tenue adéquate, animaux refusés, respect du silence, lieu de culte et de prières). La satisfaction des clients n'est pas, à notre connaissance, mesurée.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Certains objets historiques sont valorisés à l'intérieur de l'exposition permanente; une interdiction de toucher les accompagne. L'organisation contribue à la protection des biens et des sites historiques, archéologiques, culturels ou spirituels, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux; toutefois, tel que mentionné précédemment, d'importants travaux de restauration en cours entravent l'accès au restaurant pour les résidents et les visiteurs, en plus de limiter l'accès à l'ancienne cathédrale.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Une plaque UNESCO est bien visible à l'entrée de la cathédrale. Sur la centaine de documents disponibles à l'Office de tourisme, un seul affichait le logo

UNESCO. Nous n'avons remarqué aucune mention de la valeur du référencement ou des caractéristiques le justifiant. Enfin, mentionnons que le lieu est facile d'accès par la route.



Figure 4.13 Plaque UNESCO – L'ancienne cathédrale Saint-Lizier et son cloître

4.1.4 Saint-Bertrand-de-Comminges

À Saint-Bertrand-de-Comminges, tout un patrimoine est préservé, entretenu, restauré, et ouvert au public. Les arts roman et gothique s'y sont développés pour donner des trésors architecturaux qui, de nos jours encore, conservent une incroyable fraîcheur.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une guide touristique (P.I.4), préposée à l'Office de tourisme de Saint-Bertrand-de-Comminges, à l'emploi du lieu historique depuis plusieurs années. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements qui suivent.

L'Office semble partager plusieurs renseignements avec la mairie de la commune; à plusieurs reprises au moment de l'entrevue, on nous a suggéré d'aller nous y référer. C'est de cette manière que P.I.4 n'était pas en mesure de répondre à notre première question concernant les actions favorisant le développement de

relations harmonieuses dans la collectivité, nous demandant d'aller chercher l'information à la mairie²⁹.

L'entretien de la ville est assuré par les employés communaux. La ville a déjà été aux prises avec des problèmes de vandalisme dans la ville-basse (des jeunes s'amusaient à utiliser leurs véhicules tout-terrains (VTT) sur des ruines vieilles de 1000 ans).

En ce qui concerne les opérations facilitant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans la collectivité, P.I.4 nous apprend que le service de l'audioguide offre des ballades en six langues différentes. L'accueil à l'Office de tourisme ne se fait toutefois qu'en français; les guides exerçaient d'ailleurs des pressions au moment de notre passage auprès de leurs supérieurs afin d'offrir des compléments d'information pour des visites dans d'autres langues. P.I.4 nous indique également qu'il existe un festival de folklore international à Monréjau (situé à 11 kilomètres de Saint-Bertrand), présenté annuellement au mois d'août.

P.I.4 croit que la mondialisation s'avère très intéressante pour l'économie locale lorsqu'elle fait augmenter le taux de fréquentation. Toutefois, il importe de ne pas tomber dans le tourisme de masse, avec « une horde de touristes qui ne respectent pas le site », nous rappelle-t-elle.

Elle définit son sentiment d'appartenance au site comme étant très fort. Elle est très fière de travailler pour un tel endroit, de promouvoir les « richesses culturelles locales ». Elle est heureuse du choix qu'elle a fait de ne pas quitter la campagne pour la ville afin de pouvoir mettre de l'avant toutes les richesses patrimoniales de la région.

²⁹ Les heures d'ouverture de la mairie ne correspondant pas au moment de notre visite, nous n'avons pas pu aller y chercher de renseignements complémentaires. La mairie est située de biais avec l'ancienne cathédrale.

Les guides reçoivent très peu de formation au moment de l'embauche mais, aux dires de P.I.4, ils apprécieraient en recevoir davantage. Enfin, elle n'est pas certaine que la nomination de Saint-Bertrand-de-Comminges au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO ait eu un impact sur le regard que portaient les locaux sur leur collectivité. Par contre, il en va tout autrement en ce qui concerne les grandes institutions publiques et les collectivités. Elle souligne au passage que Saint-Bertrand-de-Comminges est récemment entré dans une démarche de grands sites des Midi-pyrénées, ce qui pourrait contribuer à augmenter encore davantage sa notoriété et, par le fait même, intéresser les grandes collectivités publiques lesquelles, jusqu'ici, y portaient peu d'attention, voire aucun intérêt.

Observation

Pilier environnemental

Il nous a été impossible de trouver des installations de recyclage dans cette municipalité pour y disposer nos déchets récupérables. De petits seaux en plastique étaient accrochés aux arbres pour recueillir le papier afin de le récupérer. Un coup d'œil à l'intérieur de l'un d'eux nous aura permis de constater que ces corbeilles contenaient tout sauf du papier. Nous avons également remarqué que beaucoup de carton était utilisé par les casse-croûte des environs, qui offraient la spécialité locale (la crêpe).

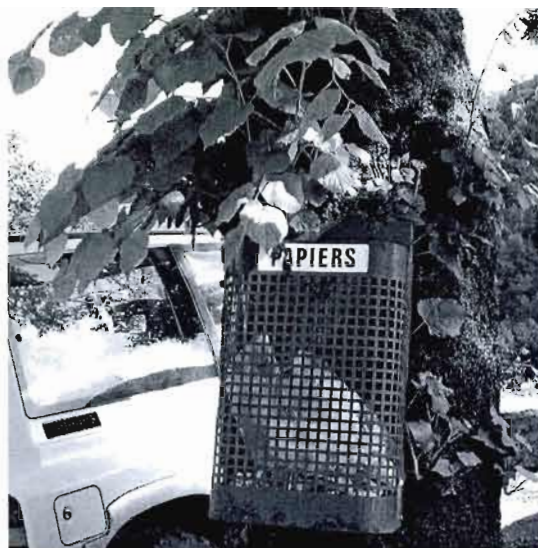


Figure 4.14 Un contenant pour le papier... rempli de matières plastiques!

La basilique paléochrétienne et la chapelle St-Julien ayant toutes deux été inscrites sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de biens culturels (et non de biens naturels), il nous est impossible de nous prononcer sur tout ce qui a trait à végétation et à la faune.

Pilier économique

La commune de Saint-Bertrand-de-Comminges offre peu d'opportunité d'emploi; toutefois, les quelques commerçants et employés rencontrés semblaient satisfaits de leurs conditions économiques actuelles. Beaucoup de produits du terroir ou issus de l'artisanat local sont offerts dans les boutiques.

Activités d'un management durable

Les documents promotionnels consultés sont justes et complets et ne promettent pas plus que ce que l'organisation peut offrir. Saint-Bertrand-de-Comminges est constitué de biens culturels difficiles à visiter pour les personnes à mobilité réduite. L'accès y est restreint et les installations, peu adaptées. Des

informations et de l'interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale et le patrimoine culturel sont fournies aux touristes, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel. Des guides touristiques se trouvaient sur place en permanence, des visites commentées étaient offertes, les panneaux interprétatifs, nombreux, et un audioguide était disponible en cinq langues.

La satisfaction de la clientèle est mesurée. En effet, il y avait une boîte de commentaires et de suggestions avec formulaire incitatif à compléter à l'Office de tourisme à cet usage.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi. L'organisation contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels ou spirituels, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux. Elle utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales. En effet, de petites rues commerçantes typiques affichant les couleurs et les blasons de Saint-Bertrand-de-Comminges ajoutaient une certaine animation visuelle à la ville. De nombreux plats traditionnels ainsi que plusieurs spécialités locales étaient offerts dans les restaurants. Le centre culturel de la ville est concentré autour de la basilique et de la cathédrale.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Une plaque officielle est apposée sur l'ancienne cathédrale, à l'entrée des visiteurs. Elle est facilement visible. Il n'y a aucune mention UNESCO sur la documentation disponible à l'Office de tourisme ainsi que sur les panneaux routiers.



**Figure 4.15 Plaque UNESCO – L'ancienne cathédrale,
Saint-Bertrand-de-Comminges**

Le site est facilement accessible par les routes départementales et les grands axes. Saint-Bertrand-de-Comminges démontre un bon état de conservation général.

4.1.5 Oloron Sainte-Marie

La cathédrale Sainte-Marie est classée au Centre du patrimoine mondial et de l'humanité par l'UNESCO en tant qu'élément majeur sur les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle. La richesse patrimoniale de la ville, variée et de qualité, les lieux de culte mais aussi les édifices publics et privés traduisent l'importance historique d'Oloron Sainte-Marie.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une guide touristique (P.I.5), à l'emploi de l'Office de tourisme depuis trois ans. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements suivants : selon P.I.5, de nombreuses actions de solidarité locale ont été mises en place dans les environs d'Oloron Sainte-Marie au

fil des années. Elle nous explique qu'il y a, par exemple, des actions régulières de don de sang ainsi que de nombreuses banques alimentaires, des concerts bénéfiques organisés à des fins associatives pour aider certaines associations, ainsi que des actions pour contrer le SIDA³⁰ sur la ligne de Pau³¹.

Des affiches du programme de gestion des déchets canins « Toutounet » assurent la propreté des rues et des trottoirs. Le site est donc relativement propre, ce qui, aux dires de P.1.5, est « beaucoup plus agréable pour les visiteurs ».



Figure 4.16 Distributeur de sacs pour déchets canins, Oloron Sainte-Marie

À Oloron Sainte-Marie, une Maison de l'emploi et de l'information ainsi qu'une multitude d'associations aident les nouveaux arrivants à s'intégrer. Des

³⁰Syndrome d'immunodéficience acquise.

³¹La ligne de Pau est une ligne de chemin de fer internationale de 93 kilomètres de long reliant la France et l'Espagne, située dans les Pyrénées-Atlantiques.

événements en tout genre sont également organisés afin de favoriser l'intégration, comme des soupers dans la langue d'accueil. L'Office de tourisme offre également ses services dans plusieurs langues (allemand, espagnol, français, anglais, italien).

P.I.5 considère la mondialisation comme étant une menace pour une ville comme Oloron Sainte-Marie, observant que cela n'aide en rien le développement culturel de la région. Pour justifier son point de vue, elle prend l'exemple des « usines textiles » d'Oloron et des pertes subies avec la montée en puissance de la Chine dans le même domaine³².

En ce qui concerne la notion de sentiment d'appartenance, P.I.5 nous a raconté l'anecdote suivante, que nous trouvons savoureuse :

J'avais une visite avec des visiteurs à trois heures. Ils me disaient : « c'est étrange. Vous êtes d'ici? » Et moi de leur dire que non, parce que je ne suis pas originaire du tout de là, et ils me dirent « et pourtant, vous paraissez imprégnée par la culture locale et etc. », donc oui, je pense que je me sens appartenir à Oloron Sainte-Marie... après aussi parce que je suis guide et que j'apprécie le patrimoine et que j'aime la ville et parce que j'essaie de la promouvoir du mieux que je peux à travers les visites. Je pense que c'est aussi une ville qui a une âme, de par ses habitants...et du coup, je m'y sens bien.

Ces propos résument parfaitement, selon nous, l'état d'esprit dans lequel se trouve quotidiennement P.I.5. Elle nous a également souligné qu'aucune formation de lui avait été accordée au cours des trois dernières années.

³² « L'implantation d'usines textiles à Oloron Sainte-Marie au début du XX^e siècle a été favorisée par la proximité de la matière première (laine espagnole) et par la présence de l'eau nécessaire pour sa force motrice. L'arrivée de la dynamo a permis aux manufactures de prendre de l'ampleur. Les Trente Glorieuses apportent un regain de vitalité à tous les secteurs de l'activité industrielle, mais le choc pétrolier de 1974 asséna un rude coup aux industries traditionnelles. La ville, qui fut l'un des plus grands centres de fabrication de l'espadrille en France, est devenue l'un des derniers à conserver ce savoir-faire » (Villes et pays d'art et d'histoire, 2010).

Observation

Pilier environnemental

De nombreuses poubelles ont été observées à proximité des toilettes publiques et de la cathédrale; toutefois, nous avons constaté qu'il n'y avait pas de tri des déchets dans la ville, bien que nous ayons découvert de petites installations dans le gîte pour pèlerins. Le quartier entourant la cathédrale Sainte-Marie s'est avéré être plus ou moins propre, ce fait étant directement lié à l'abondance de restos-bars et de commerces.



Figure 4.17 Poubelles à Oloron Sainte-Marie

Nous ne pouvons pas nous prononcer sur le fait que l'organisation mette ou non en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol. Toutefois, nous avons constaté que la cathédrale Sainte-Marie était située dans un secteur très achalandé de la ville, où un nombre important de touristes combiné à une quantité équivalente de voitures y défilent quotidiennement. Il importe de noter qu'un système de navettes a été développé et est offert en partenariat avec les villes voisines. La cathédrale Sainte-Marie a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel; ainsi, il nous semble difficile de nous intéresser à tout ce qui concerne les notions de protection de la faune.

Pilier économique

Oloron Sainte-Marie offre un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines; elle favorise une gestion participative des employés. Bien qu'il y ait peu d'opportunités d'emploi dans la ville, les quelques commerçants et employés municipaux rencontrés semblaient satisfaits de leurs conditions de travail. Beaucoup de produits du terroir ou issus de l'artisanat local sont offerts dans les boutiques.



4.18 Affiche de restaurant, Oloron Sainte-Marie

Activités d'un management durable

Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'organisation peut offrir. L'accès aux personnes à mobilité réduite est assuré à la cathédrale, mais s'avère plus difficile ailleurs dans la ville (beaucoup de circulation, passages pour les piétons et trottoirs très étroits et souvent d'un seul

coté de la rue, fréquemment jonchés de déchets canins malgré les dispositifs mis en place).

Des informations et de l'interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale et le patrimoine culturel sont fournies aux touristes, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes et des sites du patrimoine culturel. En effet, des visites guidées, un audioguide disponible en plusieurs langues et un train simulé (vidéo) sont offerts, mais sans qu'aucun ne fasse référence à l'UNESCO.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi. Oloron Sainte-Marie contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels ou spirituels, sans entraver l'accès aux résidents locaux. Elle utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Une plaque générale de référencement UNESCO se trouve à l'entrée de la cathédrale, et on note une mention UNESCO dans la publicité et la promotion sur quelques documents distribués à l'Office de tourisme.



4.19 Plaque UNESCO – Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie

Aucune mention UNESCO n'a été répertoriée sur les panneaux routiers. Les caractéristiques justifiant le référencement n'ont pas été aperçues, ni même les mentions de conservation et de restauration. Le site est facilement accessible par la route.

4.1.6 L'hôpital Saint-Blaise

Classée sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO, l'église de l'Hôpital Saint-Blaise, qui date du XII^e siècle, est une ancienne halte pour les pèlerins en route vers Saint-Jacques-de-Compostelle. C'est grâce à ses particularités architecturales d'inspiration hispano-mauresque que ce monument historique de l'art roman a été qualifié comme étant l'un des édifices uniques de France.

Entrevue

Nous avons mené une entrevue avec une guide touristique (P.I.6). L'entretien s'est déroulé à l'intérieur de l'église de l'Hôpital Saint-Blaise, de manière brève et concise. Le schéma d'entretien a été administré pour obtenir les renseignements suivants : P.I.6 nous a dit être à l'emploi du lieu historique depuis 18 mois, ne pas résider dans la région et donc, ne pas savoir quelles actions de solidarité ont été mises en place par le passé. Selon ses dires, il n'y aurait pas non plus d'actions

favorisant le développement de relations harmonieuses dans la collectivité, et elle ne connaît pas les opérations visant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans la communauté.

P.I.6 ne pense pas que la mondialisation puisse être en faveur d'un développement durable. Elle justifie sa réflexion par les propos suivants :

[...] la mondialisation est quand même une chance car elle permet d'ouvrir les frontières...je pense que ça ne privilégie pas nécessairement les actions locales, les plus petits groupements, les petites associations, et c'est sur une échelle mondiale donc forcément il y a des choses qui se mélangent et on oublie un petit peu les petites actions... c'est ça aussi, on oublie les petites actions puis les choses qui ne sont pas gérées forcément par les locaux.

Elle décrit son sentiment d'appartenance de la manière suivante face à la commune et son environnement de travail :

En fait, j'habite dans un autre département, donc c'est un peu étrange aussi d'arriver en pays basques. Les pays basques, c'est quand même très typique [...]. Le pays basque est très très fort; on sent une identité très forte, donc... c'est pas que je me sens rejetée quand j'arrive là, mais au départ, on sent qu'on n'est pas basque et c'est pas pareil, quoi. Après, ça ne veut pas dire que je ne compte pas m'intégrer ou que je ne suis pas intégrée, c'est juste qu'on le sent quand même.

Les membres du personnel de l'église de l'Hôpital Saint-Blaise ne reçoivent aucune formation en ce qui a trait au développement durable, à la santé ou à la sécurité.

Observation

Pilier environnemental

Nous avons remarqué quelques poubelles sur le site, ainsi qu'un système de tri des matières recyclables dans le gîte des pèlerins, le seul de la commune. Il y a

une collecte régulière des déchets. L'hôpital Saint-Blaise est une petite commune de 80 habitants qui compte deux restaurants, une mairie et une église. Les restaurants, qui constituent le centre social de la commune, offre les repas dans de la vaisselle de porcelaine. Il n'y a aucun autre commerce. La commune est traversée par une petite route départementale, peu empruntée. Il n'y a aucune possibilité d'utiliser le transport en commun; le site est donc uniquement accessible en voiture ou via les sentiers pédestres délimités par la route de Saint-Jacques-de-Compostelle. Il est situé à 18 kilomètres de la ville la plus proche (Mauléon). L'église de l'Hôpital Saint-Blaise a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel; il y est donc impossible d'y étudier les aspects fauniques et floristiques.

Pilier économique

Il y a peu d'opportunité d'emploi dans la commune. Les seuls produits et services offerts sont les repas au restaurant. Les deux restaurants de la commune ne servent que des produits régionaux ou issus du terroir.

Activités d'un management durable

Un seul feuillet promotionnel s'est avéré disponible via les Offices du tourisme des villes voisines. Aucun aménagement particulier n'a été pensé pour les personnes à mobilité réduite, mais le site est généralement facile d'accès. Aucune visite avec guide touristique n'est offerte; un audioguide en sept langues retrace l'histoire de l'église en huit minutes. La satisfaction du client n'est pas mesurée.



**Figure 4.20 Panneau à l'accueil présentant les services offerts,
Église de l'Hôpital Saint-Blaise**

Maximiser les avantages d'un patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi. L'organisation contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux. L'organisation utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

L'église de l'Hôpital Saint-Blaise est un bien culturel non plaqué. Un panneau cartonné à l'entrée de l'église ainsi qu'un feuillet promotionnel distribué à l'Office de tourisme d'Oloron Sainte-Marie constituent l'essentiel des outils promotionnels retrouvés. Il n'y a pas d'Office de tourisme à proximité de l'Hôpital Saint-Blaise. Il y a mention des efforts de conservation et de restauration dans l'audioguide; en effet, on y indique que la toiture et les douves ont été refaites récemment. Le site est facile d'accès par les sentiers balisés du GR 78, ainsi que par la route départementale qui traverse la commune. L'hôpital Saint-Blaise est situé à environ 20 kilomètres des grands centres (Oloron, Mauléon), et projette une image de bonne conservation générale, le site étant entretenu principalement grâce aux dons des visiteurs.

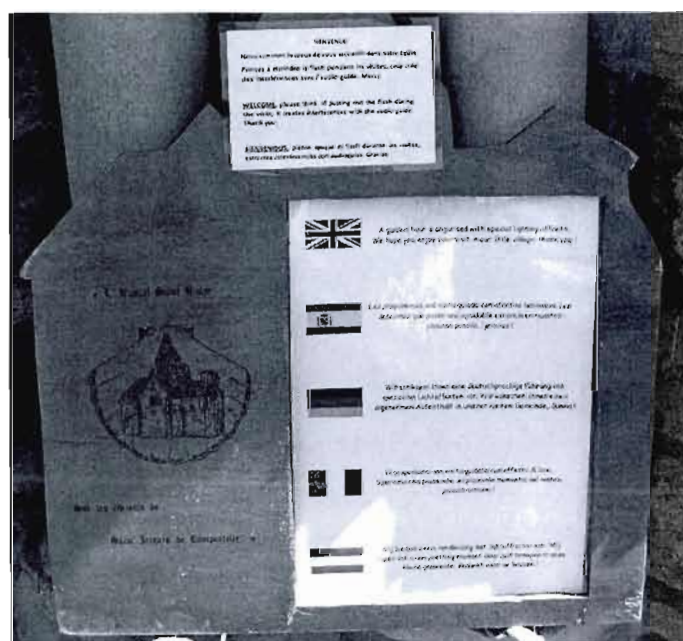


Figure 4.21 Panneau à l'entrée de l'église de l'Hôpital Saint-Blaise

4.1.7 Saint-Jean-pied-de-Port

La commune se trouve sur la *via Podiensis*, l'un des chemins du pèlerinage de Saint-Jacques-de-Compostelle en partance du Puy-en-Velay qui se prolonge

jusqu'au col de Roncevaux et, de là, jusqu'à Saint-Jacques-de-Compostelle. Terre d'histoire et de légende, Saint-Jean-Pied-de-Port, située à 20 kilomètres d'Ostabat où convergent trois voies jacobites, est une ville halte pour les pèlerins randonneurs du XXI^e siècle, venant des quatre coins du monde et en route pour Saint-Jacques-de-Compostelle.

Elle est aussi le point de départ de nombreux pèlerins qui souhaitent parcourir l'étape prestigieuse de la traversée des Ports de Cize vers l'abbaye de Roncevaux, haut lieu de la chrétienté.

Entrevue

Nous n'avons malheureusement pas été en mesure d'obtenir une entrevue formelle et complète avec P.I.7. En effet, nous sommes arrivé à Saint-Jean-pied-de-Port en fin de journée un dimanche ensoleillé d'août, alors que l'Office de tourisme débordait de touristes et de pèlerins désireux d'en connaître davantage sur la riche histoire de la ville. P.I.7 était seule au comptoir et peinait à répondre à la demande.

Elle a tout de même accepté de nous fournir quelques pistes de réflexion concernant notre sujet de recherche, nous disant qu'elle trouvait la commune « très en retard sur le reste de la France en terme de développement durable », qu'il n'y avait pas de tri systématique des déchets et que donc, le développement durable n'était que très rarement considéré.

P.I.7 dit n'avoir remarqué aucun changement dans les « habitudes » de la commune depuis la nomination de la porte Saint-Jacques à l'UNESCO à titre de bien du Chemin Saint-Jacques-de-Compostelle. « Les touristes ne viennent pas pour la porte; ils viennent davantage pour le symbole que représente la ville », nous a-t-elle dit candidement.

Observation

Pilier environnemental

Nous retrouvons à Saint-Jean-Pied-de-Port beaucoup de petits commerçants et de restaurants de type « sur le pouce » (sandwicheries, marchands de crème glacée, etc.) et donc, une utilisation importante de matières carton et plastique. Quelques poubelles sont facilement accessibles, bien qu'aucune installation de recyclage ne soit visible. Il s'agit d'un secteur très touristique, où il y a beaucoup de visiteurs et de pèlerins, rendant la circulation routière et piétonnière difficile. C'est une ville effervescente, avec beaucoup de bruit, de fanfares et de nombreux spectacles en plein air. Beaucoup de voitures y circulent, les stationnements sont vastes et nombreux.



Figure 4.22 Une poubelle à proximité de la porte Saint-Jacques

Pilier économique

Beaucoup de femmes sont employées dans les nombreuses boutiques artisanales; elles sont très impliquées, parfois propriétaires de leur établissement. Il y a à Saint-Jean-Pied-de-Port des boutiques de confection artisanale de qualité irréprochable, ainsi qu'une utilisation abondante des produits du terroir, de nombreux producteurs locaux et régionaux ayant établi leurs kiosques à proximité du site.



Figure 4.23 Restaurant offrant des produits régionaux, Saint-Jean-pied-de-Port

Activités d'un management durable

Étrangement, aucun document promotionnel n'a été aperçu ni consulté concernant la porte Saint-Jacques. Le site est relativement facile d'accès, les voies étant assez larges pour permettre le passage d'un fauteuil roulant. Des visites guidées en petit train sont offertes en français seulement. La satisfaction du client n'est pas mesurée.

Maximiser les avantages du patrimoine culturel et minimiser les impacts négatifs

Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi. On y ressent un souci de préservation spirituelle et culturelle des lieux, symboles du passage obligé pour tous les pèlerins. La ville vibre au rythme du pèlerinage vers Saint-Jacques de Compostelle. On y retrouve beaucoup d'artisans locaux (chocolateries, pâtisseries, boulangeries, métiers à tisser, artisanat, céramique, poterie, etc.); les rues sont décorées des symboles du pèlerinage vers Saint-Jacques (coquilles, flèches jaunes, bourdons³³ de pèlerin), les restaurants offrent des formules « repas du pèlerin » à prix réduit.

Visibilité du patrimoine mondial de l'UNESCO

Deux plaques commémoratives identiques ont été apposées de part et d'autre de la porte Saint-Jacques. Il n'y a aucune mention UNESCO dans la publicité et la promotion. On retrace l'existence de la porte Saint-Jacques sur les panneaux routiers, mais pas de l'UNESCO. Aucun document relié à ce bien culturel n'a été retrouvé à l'Office de tourisme. Un panneau rappelant l'histoire de Saint-Jean-Pied-de-Port est installé à l'entrée de la ville (près de la porte), sans mention UNESCO. La porte Saint-Jacques est très facilement accessible, considérée comme un passage obligé pour tous les pèlerins. Le site présente un bon état de conservation général.

³³ Aussi appelés « bâtons » du pèlerin. Le mot dérive du latin « burdo », mulet, car, comme l'animal qui supporte des charges, le bourdon est le support du pèlerin lors de son voyage.



Figure 4.24 Plaque UNESCO – La porte Saint-Jacques

4.2 Présentation des faits saillants

Nous sommes maintenant en mesure de comparer entre eux les résultats obtenus en ce qui a trait aux sites du patrimoine mondial de l'UNESCO que nous avons analysés. Bien que nous interprétions l'ensemble des résultats par catégorie au prochain chapitre, voyons dans un premier temps quelques éléments ayant retenu notre attention.

En plus du manque évident de visibilité de l'UNESCO sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France (il nous aura fallu atteindre Belorado, petite commune située au nord de l'Espagne sur le *Camino francés*, pour apercevoir notre première bannière du patrimoine mondial), nous pouvons d'ores et déjà témoigner du sentiment mitigé ressenti face aux stratégies de communication déployées sur cette voie jacquaire dans une perspective de développement durable. Certains biens culturels situés dans des secteurs plus éloignés des grands centres (exemple : l'hôpital Saint-Blaise) ne bénéficient pas, selon nous, des mêmes avantages que leur équivalent localisé en terrain plus achalandé, qui profitent d'un développement rapide provoqué par une notoriété plus grande.



Figure 4.25 Enseigne du patrimoine mondial à Belorado, Espagne

Certaines actions très simples n'ont pas été posées sur le chemin, comme assurer la présence suffisante de poubelles ou l'affichage de règles claires de conduite appropriée. Le peu d'outils de communication retrouvés d'un site à un autre illustre le manque de visibilité et d'informations. Les quelques dépliants recueillis dans les Offices de tourisme ne témoignaient pas ou que très peu des missions de l'UNESCO et du Centre du patrimoine mondial.

Plusieurs considérations d'ordre sociétal et environnemental sont absentes sur la voie du Piémont pyrénéen; un balisage déficient combiné à un manque d'information flagrant nous a à maintes reprises fait douter sur notre situation géographique.

Tous les répondants sans exception n'ont considéré que le volet environnemental lorsque nous leur avons parlé de développement durable. Cette donnée est également observée par Tremblay (2007, p.153), qui soutient que « le principal enjeu de communication du développement durable [...] est de tenter de

dépasser le simple aspect environnemental des stratégies et plans d'action ». Ce phénomène vient confirmer les éléments discutés dans les précédents chapitres, à savoir qu'il s'agit d'un concept trop souvent méconnu, parfois même par les intervenants du monde patrimonial.

Enfin, remarquons la difficulté qu'ont eu certains répondants à élaborer sur des éléments clés, pourtant très valorisés dans leur municipalité respective (pensons, notamment, aux actions de solidarité locale ou aux mesures prises pour faciliter l'intégration des nouveaux arrivants dans la ville). Nous pouvons en retenir que la population en général ne se sent pas nécessairement concernée par ces politiques vis-à-vis de l'Autre, préférant demeurer peu informée plutôt que de devoir s'impliquer de manière tangible.

4.3 Conclusion

Nous avons présenté dans ce chapitre l'ensemble des données collectées sur nos sept terrains de recherche. Nous pouvons ainsi construire des liens entre les résultats obtenus : entre le patrimoine mondial et le développement durable, peu de choses restent à faire pour que les principes soient appliqués de manière conforme aux idéaux précédemment énoncés. Les relations publiques, jumelées à une politique de communication extérieure efficace, pourraient néanmoins contribuer à l'amélioration de la situation actuelle. Le chapitre V, consacré à l'interprétation des données et à la formulation de réponses à nos questions de recherche, fournira des pistes de réflexion quant aux possibles avenues à considérer dans une perspective communicationnelle en ce qui a trait à la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France.

CHAPITRE V

INTERPRÉTATION DES DONNÉES ET RÉPONSE AUX QUESTIONS DE RECHERCHE

5.1 Interprétation générale à partir des grilles d'analyse

Un regard porté sur l'ensemble de nos résultats permet de constater que les sites analysés se sont avérés très similaires en ce qui a trait aux critères observés. Les biens culturels étudiés partagent notamment des stratégies limitées et des efforts restreints en matière de communication de sensibilisation au développement durable sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France.

Considérons de plus près comment l'analyse des biens à l'étude nous conduira à infirmer ou à confirmer notre hypothèse de recherche.

5.2 Réponse aux questions de recherche

Rappelons d'abord nos questions de recherche. Nous demandions donc en quoi la communication publique sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France favorise la prise en compte des principes de développement durable liés à la Convention du patrimoine mondial ainsi qu'aux principes et idéaux de l'UNESCO.

Nous interrogeons également à savoir si les outils de promotion, de diffusion et d'information utilisés par l'UNESCO pour conscientiser les populations aux principes de développement durable sont suffisamment accessibles sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France, et quelles sont les stratégies de relations publiques utilisées par l'UNESCO pour sensibiliser les populations aux principes de développement durable sur ce même chemin.

5.2.1 Patrimoine mondial et développement durable

C'est à la suite de l'étude des communications publiques sur certains sites reconnus par le patrimoine mondial de l'UNESCO que nous pouvons affirmer que la population se doit d'être davantage sensibilisée à l'exigence de modifier les modes de production et de consommation actuels, en plus de savoir comment protéger les ressources, la santé et l'intégrité des écosystèmes. Être conscient de l'importance d'assurer un développement harmonieux des dimensions économique, environnementale, sociale et l'équité intergénérationnelle constitue un devoir pour chaque citoyen.

En poursuivant l'atteinte de cet objectif global, la convention du patrimoine mondial de l'UNESCO laisse son empreinte au cœur même d'une perspective de développement durable qui ne tient pas uniquement compte de la sauvegarde d'un environnement qui profite à l'industrie touristique. En effet, elle considère également l'environnement utile au développement des communautés locales. Le développement durable des sites du patrimoine mise ainsi sur la promotion de ces sites auprès de la population locale, en plus d'encourager son éducation, notamment en ce qui a trait à leur manière de protéger les aires qui leur sont confiées et sur la stimulation des pratiques de tourisme responsable, dans une perspective de développement économique, culturel et social. C'est ainsi que le développement durable des sites du patrimoine mondial de l'UNESCO se définit non seulement à l'intérieur de la dimension environnementale, mais également au sein de cadres économique et socioculturel structurés.

La fréquentation touristique sur les sites étudiés les plus connus, tels la ville fortifiée historique de Carcassonne ou le canal du Midi, est déjà significative : la hausse de la fréquentation prévue à la suite de l'attribution du titre de patrimoine mondial, si faible soit-elle selon Prud'homme (2008, p.7), entraîne le développement de services touristiques multiples en plus d'accroître la pression sur les ressources patrimoniales. Ce phénomène se voit accompagné d'un poids écologique et social

considérable, tel que soulevé dans nos bordereaux d'analyse. En effet, le défi consiste à conserver le caractère authentique des lieux, cet « esprit des lieux » (ICOMOS, 2008, p.1) qui captive et charme les touristes, tout en maintenant, et parfois même en augmentant, les services touristiques.

Cette quête d'équilibre touche l'ensemble des sites étudiés, mais demeure plus vulnérable pour les villes très touristiques, qui sont davantage confrontés « à la saisonnalité, à la transformation des services de base (les commerces et services de proximité) en sites touristiques (boutiques de souvenir, bars et restaurants), à la spéculation foncière, à la congestion, et à la densité élevée de visiteurs » (Hall et Piggin, 2001, p.104 In Bourdeau et Marcotte, 2010, p.11). Se pose également la difficulté de l'équilibre entre la protection des ressources et des biens patrimoniaux et la reconnaissance du fait que « les villes sont des lieux vivants, et qu'ils doivent être vivants pour attirer les touristes » (Pendlebury et al, 2009, p.10 In Bourdeau et Marcotte, 2010, p.11).

L'exploitation des sites situés sur la voie du Piémont pyrénéen est-elle compatible avec une approche de développement durable visant à protéger la ressource patrimoniale? Pour Bourdeau et Marcotte (2010), il faut considérer le pouvoir d'attraction des sites, trop souvent dépendant du caractère exceptionnel des biens du patrimoine mondial, pour répondre à cette question. Il faut également garder à l'esprit qu'afin de faire connaître au niveau local les biens du patrimoine, on doit promouvoir l'existence de ces sites, via une stratégie de communication efficace :

Il peut apparaître paradoxal que la protection des sites du patrimoine augmente l'attractivité du site et en même temps risque de détruire ces mêmes sites. Ne pas faire connaître ces sites serait également contradictoire puisque la reconnaissance et la préservation de ces sites seraient alors inutiles. Les responsables de sites du patrimoine sont également confrontés à un manque de ressources financières; ils devront trouver de nouvelles sources de revenus. La promotion touristique des sites du Patrimoine mondial semble alors inévitable. (Bourdeau et Marcotte, 2010, p.13)

Si la promotion de sites protégés semble évidente, il est urgent de mieux comprendre l'impact qu'elle peut avoir sur le développement durable. La promotion des sites du patrimoine mondial est conciliable avec une approche de développement durable « tant et aussi longtemps que la promotion et l'attractivité ne sont pas trop élevées ou sont contrôlées, [...] sans quoi la ressource patrimoniale en sera affectée » (Ibid.). Comprenons donc, pour reprendre les propos de Brunel et Charron (2002, p.198), que « l'avenir du développement durable et équitable demeure incertain » dans cette sphère.

Char (1999, p.127) nous rappelait que l'accroissement des sources et des canaux d'information pouvait contribuer à rendre probantes les mesures en place pour diminuer les écarts entre les pays du Nord et ceux du Sud. En utilisant l'Internet et les nouveaux médias comme outils de promotion efficaces dans la valorisation des sites d'importance historique mondiale et ce, peu importe leur localisation géographique, le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO s'inscrit dans la foulée technologique des années 2000. Avec les retombées positives engendrées par de telles initiatives viennent les responsabilités de divulgation des principes qui font une réelle différence sur la pérennité de l'expérience de visite : les normes de développement durable.

5.2.2 Une nomination préjudiciable?

Nous pouvons penser que la nomination d'un bien culturel sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO engendre nécessairement, en plus de tous les bénéfices que cette démarche peut comporter, des conséquences néfastes pour le site concerné. D'ailleurs, cette thématique a été abordée à maintes reprises lors des entrevues. Les personnes interviewées avançaient que l'inscription sur la Liste engendrait nécessairement une augmentation du volume de fréquentation, déclenchant de manière évidente une cascade d'effets néfastes (suraffluence = surconsommation = surproduction de déchets, etc.). À partir d'une synthèse de plusieurs études, Prud'homme (2008, pp.10-11) remarque une absence d'impacts

de cette reconnaissance de l'UNESCO sur l'attractivité touristique des sites, ce qui vient d'emblée annuler l'existence de notre cercle d'effets négatifs. « Ces résultats suggèrent que l'impact de l'inscription sur l'attractivité touristique et sur le développement est (sic) faible ou nul. [...] On voit ainsi que le fait d'être sur la liste UNESCO ne contribue pas, en soi, à augmenter la part du tourisme dans l'emploi sur la période considéré (sic), ou le revenu par habitant, ou le niveau des salaires », conclut-il.

Pour lui, l'inscription ne déclencherait pas systématiquement de dynamique de développement économique et social. Toutefois, l'activité touristique suscitée par l'existence d'un patrimoine exceptionnel lui-même pourrait avoir des effets pervers sur les éléments à l'origine du classement, telles que « les pollutions et dégradations liées à une sur-fréquentation et un usage intensif des biens patrimoniaux » (Bourdeau et Marcotte, 2010), ce qui fait également écho aux données récoltées.

Bien que l'objectif de la Liste du patrimoine mondial soit l'identification, la reconnaissance et la protection des sites exceptionnels, « de plus en plus de pays l'utilisent à des fins de promotions touristiques » (Drost, 1996, dans Bourdeau et Marcotte, 2008 p.5). Les liens entre la promotion touristique et la Liste sont d'ailleurs clairement reconnus, ce qu'infirmement nos données. Il importe donc de se rappeler qu'une mise en nomination au patrimoine mondial n'ouvre pas seulement les portes de la notoriété et de la reconnaissance; elle implique également de nombreuses responsabilités. En effet, la qualité promise doit se refléter dans le « produit » lui-même : à l'intérieur du cadre de vie des résidents qui ont élu domicile tout autour du site, qui se doivent d'assurer un développement économique et culturel qui soit conforme, et « dans une fréquentation touristique croissante qui enrichit non seulement les habitants au moyen d'attractions naturelles et culturelles, mais aussi les visiteurs » (Goethe-Institut, 2010).

Le sceau UNESCO doit se porter garant de stratégies de communication efficaces consacrées au développement durable, non seulement pour les habitants

«honorés» mais également pour leur gouvernement. Cependant, il reste encore à déterminer ce que cela signifie concrètement en terme de responsabilité de chacun.

« Les touristes sont un marché de la mondialisation et³⁴ symbolisent en même temps la recherche de singularités culturelles. Le tourisme illustre les ambiguïtés de la communication » (Wolton, 2005, p.133). L'auteur est en accord avec le principe qui prône que le tourisme soit un facteur de développement économique et de tensions culturelles, valorisant souvent « des caricatures de patrimoine » (Ibid. p.134). Pour plusieurs, le tourisme est utile économiquement et rend hommage à la diversité. Pour Wolton, le tourisme est le symbole de la mobilité mondiale, déclencheur d'idées et de revendications. « Avec la mondialisation, la communication change de statut » (Ibid.). Elle devient condition au fonctionnement des sociétés modernes. Elle devient symbole, représentation : elle est fondamentale, malgré toutes ses contreparties négatives.

5.2.3 Relations publiques et patrimoine mondial

Attardons-nous maintenant à la notion de communication bidirectionnelle, telle que présentée par Grunig *et al.* (1992). Ces derniers défendent la thèse que pour être efficaces, les communications entre une organisation et ses publics doivent être bidirectionnelles, assurant de ce fait la réciprocité des échanges d'information. Pour les auteurs, le dialogue demeure le meilleur processus de relations publiques. Ainsi, nous sommes surpris de n'avoir retrouvé sur notre chemin qu'une seule boîte à commentaires et à suggestions³⁵, et aucun autre outil pouvant assurer la bidirectionnalité de l'information. Sachant que, quels que soient les outils et supports de communication utilisés, « rien ne remplace un échange régulier entre les parties prenantes » (Cohen-Bacrie, 2010, p.17), nous nous interrogeons sur les moyens qu'utilise l'UNESCO pour communiquer avec les différents acteurs avec qui elle doit composer.

³⁴En italique dans le texte.

³⁵À l'Office de tourisme de Saint-Bertrand-de-Comminges.

Dans la situation qui nous préoccupe, il nous semble impossible d'adopter en permanence le mode communicationnel bidirectionnel symétrique puisque la communication se fait sans la rencontre entre les responsables de l'UNESCO et les pèlerins. Naturellement, l'évaluation de la satisfaction des pèlerins est une bonne manière d'ouvrir la communication et de la rendre moins directive et moins unidirectionnelle; malgré tout, ces mesures ne sont pas garantes d'une totale réussite du point de vue des relations publiques.

La notion de bidirectionnalité communicationnelle amenée par Grunig est souvent décrite comme indispensable à la survie et la croissance des relations publiques, leur permettant d'occuper une place de premier choix dans la relation qui lie l'organisation à ses publics. Elle requiert une grande écoute des besoins et attentes des parties prenantes. Voici la définition qu'en propose l'auteur, considérant les quatre modèles distincts préalablement définis :

Les modèles de la promotion et de l'information publique sont tous deux unidirectionnels. Les professionnels en promotion cherchent à attirer l'attention sur leur organisation par tous les moyens possibles, alors que les professionnels de l'information publique sont des journalistes en résidence qui répandent de l'information exacte, mais généralement exclusivement favorable, à propos de l'organisation. Dans un modèle bidirectionnel asymétrique, les professionnels mènent des recherches scientifiques afin de déterminer les moyens de persuader les publics d'agir comme le souhaite l'organisation cliente. Dans le modèle bidirectionnel symétrique, les professionnels utilisent la recherche et le dialogue pour donner lieu à des changements symbiotiques au niveau des idées, des attitudes et des comportements, tant chez l'entreprise que chez ses publics.» (Grunig, 2000, p. 32 In Lavoie, 2009, p.24)³⁶.

³⁶ Traduction libre de : « Press agency/publicity and public information are both one-way models. Practitioners of press agency seek attention for their organization in almost any way possible, whereas public information practitioners are journalists-in-residence who disseminate accurate, but usually only favorable, information about their organizations. With the two-way asymmetrical model, practitioners conduct scientific research to determine how to persuade publics to behave in the way the client organization wishes. With the two-way symmetrical model, practitioners use research and dialogue to bring about symbiotic changes in the ideas, attitudes, and behaviors of both the organization and its publics. » (Grunig, 2000, p. 32)

Le modèle bidirectionnel symétrique est « le modèle communicationnel privilégié dans le paradigme du DD [développement durable], qui promeut le dialogue avec les parties prenantes » (Lavoie, 2009, p.25). Selon l'auteure, l'idéal bidirectionnel symétrique serait irréaliste pour bon nombre de praticiens et de chercheurs, « une utopie vers laquelle on peut tout au plus chercher à tendre » (Ibid.). De fait, Fitzpatrick et Gauthier (2001, p.201 In Lavoie, 2009, p.25) considèrent que « le fait que l'organisation établisse le plus souvent les « règles³⁷ » soulève cependant des préoccupations éthiques quant à un processus au sein duquel le pouvoir de définir les principes opératoires se trouve dans les mains d'une seule des parties³⁸ ». Le fait que l'organisation dicte la conduite à adopter ou établisse seule les règles du dialogue rendrait aussitôt toute symétrie irréalisable.

« [...] Pearson (1989), Parsons (2004) et Johnston et Zawawi (2004), soutiennent que le dialogue, même s'il est plus ou moins asymétrique, demeure la façon la plus éthique pour une organisation de pratiquer les relations publiques » (Lavoie, 2009, p.25). Ainsi, nous nous voyons confronté à de multiples opinions et points de vue qui nous amènent à douter de l'infailibilité du modèle communicationnel bidirectionnel.

Lavoie (2009, p.25) nous rappelle que Fitzpatrick et Gauthier (2001), à la suite de la théorie de la relation de Grunig et Hunt (1984), ont elles aussi facilité l'émergence d'une théorie d'un genre nouveau, celle de la défense responsable des intérêts des publics³⁹. Cette théorie stipule que « c'est en réconciliant ses rôles de conseiller professionnel et de conscience publique⁴⁰ de l'organisation que le professionnel en relations publiques servira le mieux l'intérêt public » (Lavoie, 2009, p.26) :

³⁷ Entre chevrons dans le texte.

³⁸ Traduction libre de: « [t]he fact that the institution most often sets the "rules", however, raises concerns regarding the ethics of a process in which the power to establish the operating principles lies in the hands of one party. » (Lavoie, 2009, p.25)

³⁹ En anglais: responsible advocacy.

⁴⁰ Les auteures préfèrent l'expression « conscience publique » à « conscience sociale » : « A public conscience weighs the effects of decisions and actions on specific parties, thereby serving society but serving these special interests. » (Fitzpatrick et Gauthier, 2001, p. 206 In Lavoie, 2009, p.25)

La mise en place d'un tel équilibre [entre les intérêts d'une organisation et ceux des personnes qui sont affectées par la poursuite de ses objectifs] débute par la reconnaissance du devoir du professionnel en RP d'être d'abord et avant tout loyal à son client. En même temps, il doit s'assurer que ce client est à l'écoute et tient compte des intérêts de ses parties prenantes⁴¹. (Fitzpatrick et Gauthier, 2001, p. 205, In Lavoie, 2009, p.26)

Selon Lavoie, (2009, p.26), Fitzpatrick et Gauthier (2001) « ne font pas du dialogue et du modèle bidirectionnel symétrique le point central de leur théorie, mais elles n'excluent pas que les professionnels des RP y aient recours ». Stoker et Tusinski (2006), qui fondent leur théorie sur la critique du dialogue de Peters (1999) et encouragent une approche de l'engagement et de la réconciliation, favorisent, comme Fitzpatrick et Gauthier, « les principes qui encadrent la communication aux prescriptions sur les façons de communiquer » (Lavoie, 2009, p.26). Ces auteurs soutiennent, avec raison, que le *désir* de communiquer se doit d'être plus grand encore que le *moyen utilisé* pour communiquer : la volonté d'engagement nécessite le recours à l'éthique et à la morale, et non à la volonté de gérer la réputation.

Ces auteurs estiment qu'en respectant ces grands principes généraux, il est aisé de connaître le point de vue de chacune des parties en présence et d'en tirer des éléments utiles à la poursuite des objectifs fixés. Ils croient « qu'il est préférable de préserver l'identité des parties plutôt que de coopérer à tout prix » (Lavoie, 2009, p.27). Cette façon de concevoir les échanges entre une organisation et ses parties n'exclut pas le dialogue, ni le modèle bidirectionnel, « mais le consensus n'est pas ici une fin en soi, il s'agit plutôt d'un résultat possible » (Ibid.).

Au sens le plus large du mot, les relations publiques sont une méthode pour communiquer clairement et efficacement avec l'auditoire afin d'assurer la reconnaissance de l'organisation. Pour l'UNESCO, et dans le cadre de cette recherche en relations publiques, cette démarche pourrait bénéficier de plus d'efforts

⁴¹ Traduction libre de « Such balancing begins with the recognition that the public relations professional's greatest loyalty is to his or her client. At the same time, he or she ensures that the institution hears and considers the interests of its stakeholders. » (Lavoie, 2009, p.26)

actifs visant à fournir aux différents publics de l'information et des renseignements précis et opportuns sur les politiques de développement durable et les programmes verts. Cette démarche aurait pour but de créer et de maintenir un appui et une compréhension pour ces politiques, programmes et activités, qui semblent présentement exister de manière très discrète, voire anonyme.

Nombreux sont les exemples qui illustrent à quel point une gestion structurée du patrimoine peut encourager des formes nouvelles de développement économique et social qui soient respectueuses des environnements naturels et culturels. Fort de ce constat, nous considérons l'UNESCO comme un vecteur du développement durable, devant contribuer à développer une culture qui prenne en compte les aspects environnementaux sur une planète globalisée qui, toutefois, parvient difficilement à promouvoir cet objectif particulier de son mandat.

Cette situation peut poser un certain nombre de questions décisives, comme la manière dont on peut, au travers des politiques communicationnelles liées au patrimoine, favoriser un développement économique qui soit respectueux de l'environnement et créateur de lien social ou encore, « par quels moyens peut-on éduquer, encadrer, former les plus jeunes, les citoyens et touristes à un usage pérenne des biens culturels » (Matsuura, 2008). En ce sens, Tremblay (2006, p.61) nous offre les pistes de réflexion suivantes :

Une ouverture à l'écoute, au dialogue et à la compréhension mutuelle se révèle toutefois nécessaire pour le développement de relations de confiance entre les organisations et leurs parties prenantes. [...] Car le développement de communications responsables est de plus en plus synonyme de communications citoyennes : des communications qui aident les organisations à réaliser leur mission tout en répondant aux attentes de leur environnement et aux besoins d'une société en profonde mutation.

Ces éléments ont également été observés par le Collectif *Adwiser*, pour lequel le principal objectif est d'accompagner les métiers de la communication vers

l'intégration du développement durable dans leurs valeurs et leurs activités et auquel nous nous sommes intéressé préalablement dans le cadre de cette recherche.

5.2.4 Vers une politique extérieure de communication efficace ?

Nous croyons opportun de souligner le peu de stratégies communicationnelles liées à l'UNESCO sur le chemin emprunté menant vers Saint-Jacques-de-Compostelle. Il va de soit que doter l'UNESCO d'une politique externe de communication et d'information du public « qui puisse venir en appui à la promotion de ses idéaux, permettrait la réalisation de ses programmes et de la mobilisation des ressources nécessaires à son action » (UNESCO, 2001, p.2). Après tout, « [...] c'est l'UNESCO qui s'expose aux yeux de l'opinion publique, et ce sont tous les signes qu'elle émet qui permettent à ses interlocuteurs de se forger une image de l'organisation » (Ibid.).

Tout indique clairement que la visibilité d'une organisation intellectuelle comme l'UNESCO dépend avant tout du bien-fondé de ses objectifs et de ses priorités, du contenu de ses programmes et de la pertinence des réponses qu'elle apporte face aux attentes de la communauté internationale. Dans notre monde hypermédiatisé, la qualité des messages et le ciblage des publics, conjugués à un dispositif d'écoute des phénomènes d'opinion, peuvent contribuer à consolider la culture identitaire des populations locales, des sites et de l'UNESCO : « À l'âge de l'information, [...] la communication n'est pas seulement importante, c'est aussi une nécessité vitale pour le succès de toute organisation ou entreprise » (UNESCO, 2001, p.4).

L'intérêt promotionnel entourant l'UNESCO ne fait sens qu'à l'unique condition que cette dernière réponde aux interrogations qui lui sont destinées en lien avec sa mission première. « Il n'y a aucun intérêt, en effet, à promouvoir le nom de l'UNESCO si la substance de son action n'est pas pertinente et crédible » (Ibid.). Nous devons comprendre que le niveau de visibilité ainsi obtenu est un produit de la

mise en œuvre de sa mission, sans toutefois que cela ne constitue une mesure en soi de la valeur de ses actes :

Dès lors que l'on se met à raisonner le programme en termes de communication, et la communication en termes de résultats par rapport aux objectifs visés, la communication et l'information du public deviennent des composantes stratégiques, intrinsèquement liées à la définition des programmes où l'identification, la connaissance et la compréhension des publics cibles précèdent toujours et nécessairement la discussion sur la formulation des messages et le choix des moyens (UNESCO, 2001, p.5).

L'UNESCO est investie d'une responsabilité particulière au sein du système des Nations Unies, puisque « [la communication] a expressément pour mandat de défendre la liberté d'expression et la libre circulation des idées, par le mot et l'image » (UNESCO, 2001, p.20). Cette organisation internationale reconnue se doit d'incarner le modèle même de l'ouverture, en plus de communiquer efficacement. « [...] les institutions internationales vivent un état de crise permanent. [...] l'UNESCO [a] besoin de réformes structurales. Les stratégies de communication de [cette] organisation sont loin d'être à la hauteur » (Brunel et Charron, 2002, p.295). C'est pour cette raison que nous considérons que la communication devrait être intrinsèque au mode de fonctionnement de l'organisation, non seulement pour assurer la libre-circulation de ses messages-clés, mais également pour garantir un dialogue permanent avec tous les acteurs qui l'entourent. « L'objectif des activités de communication et d'information est de formuler et de diffuser des messages sur l'action et les préoccupations de l'UNESCO, de sorte que le public soit imprégné des valeurs chères à l'organisation » (Ibid, p.6). Nous pouvons d'emblée critiquer ces propos en regard de ce qui a été présenté préalablement avec Grunig et Hunt (1984). Ce message semble mettre à l'avant-plan la communication de type unidirectionnel, alors que nous avons vu précédemment l'importance de tendre vers la communication bidirectionnelle symétrique. Il ne s'agit pas uniquement d'imprégner le public des valeurs chères à l'organisation comme le rapportent Brunel et Charron (2002), mais bien d'assurer la compréhension, l'acceptation et la rétroaction des communications pour justifier ses actions.

Nous nous interrogeons donc sur les stratégies déployées sur la voie du Piémont pyrénéen, sur les sites patrimoniaux étudiés. Les périodes d'observation participante durant lesquelles nous nous sommes vu confrontés aux messages de l'UNESCO nous amènent à constater qu'ils sont très peu nombreux. Que doit-on conclure, si ce n'est que l'organisation internationale ne communique pas adéquatement ses objectifs de manière locale, notamment en matière de développement durable, avec ses différents publics ? Et, de surcroît, n'est-elle pas très soucieuse de recueillir les opinions des pèlerins et des touristes ?

5.2.5 Communication et développement durable

Les sites du patrimoine mondial visités souffrent de manière évidente d'un déficit « vert » qui est, selon nous, directement lié aux énoncés explicités dans la section précédente. Ils font également face à un déficit communicationnel comme en témoigne l'absence de politique de communication efficace en ce qui a trait au développement durable, ce qui influence nécessairement, et négativement, l'impact écologique des lieux visités. Bien que la majorité d'entre eux présente un état de propreté satisfaisant, de nombreuses actions de base méritent d'être revues et améliorées. En effet, il est inadmissible que des sites patrimoniaux sous la gouverne d'une organisation internationale telle l'UNESCO ne procèdent pas au tri des matières récupérables, ni au respect des notions d'hygiène de base dans les lieux publics.

Selon John Monyo, sous-directeur général pour le développement durable à la Food and Agriculture Organization des Nations Unies, « la Communication pour le développement est un outil puissant qui contribue à la réduction de la pauvreté et de la faim tout en encourageant des processus démocratiques et des changements sociaux dans de nombreux pays [...] » (Monyo, 2004). La communication est donc un élément clé de la démarche de développement durable. Elle est garante de l'image de l'organisation et de sa notoriété sur les scènes locale et internationale, en plus d'être mobilisatrice. Elle se doit d'être à la fois percutante pour faire l'éloge des

bonnes pratiques, sans toutefois faire preuve d'excès pour ne pas tomber dans l'extrême que pourrait être considérées les pratiques de *greenwashing*⁴². En d'autres termes, elle se doit de développer des moyens de communication responsables et très bien ciblés.

5.2.6 Formation et éducation

Nous l'avons vu dans nos bordereaux d'analyse, bien peu de formation était dispensée aux guides et aux préposés à l'emploi des lieux historiques étudiés. Certains, plus conscients de leur rôle de communicateur, allaient chercher l'information désirée de manière autonome, sans quérir l'appui de leur employeur. Nous estimons primordial de souligner la grande place que joue la formation professionnelle dans les programmes de sensibilisation au développement durable. Nous croyons également qu'il serait possible d'améliorer ces formations « sur le tas », par exemple en développant ou en renouvelant la formation préalable des intervenants. N'oublions pas qu'ils agiront eux-mêmes comme formateurs occasionnels.

Il s'agit de savoir intégrer les formations dans les politiques plus globales d'information sur les divers volets concernés (santé, sécurité, environnement, etc.). Nous pensons que cela pourrait se faire, notamment, en rendant accessibles les actions d'homologation des acquis de la pratique, tant professionnelle qu'associative. Il ne s'agit pas de miser seulement sur les acteurs traditionnels du développement durable; il semble indispensable de mobiliser tous les employés, qu'ils soient qualifiés ou non dans ce champ d'expertise.

⁴²Le *greenwashing*, ou écoblanchiment est un procédé de marketing utilisé par une organisation dans le but de donner à l'opinion publique une image écologique responsable, alors que plus d'argent a été investi en publicité « verte » que pour de réelles actions en faveur de l'environnement (Auteur inconnu, Wikipedia, 2010).

5.2.7 Une réflexion pour guider des orientations nouvelles

À la lumière de l'analyse de nos résultats, nous devons réfuter notre hypothèse de base, qui stipulait que la communication publique sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France favorisait la prise en compte des principes de développement durable liés à la Convention du patrimoine mondial ainsi qu'aux principes et idéaux de l'UNESCO. Les données récoltées ne nous ont pas permis de valider positivement notre hypothèse. La réalité en est même parfaitement opposée.

Nous nous interrogeons également sur les outils de promotion, de diffusion et d'information utilisés par l'UNESCO pour savoir s'ils contribuaient à conscientiser les populations aux principes de développement durable. Ces outils d'information sont-ils suffisamment accessibles sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France ? Nous nous devons à nouveau de répondre à cette interrogation par la négative, en justifiant notre position par l'absence complète de ces outils sur le chemin menant vers Compostelle.

Enfin, le dernier volet de notre questionnement visait à connaître les stratégies de relations publiques utilisées par l'UNESCO pour sensibiliser les populations aux principes de développement durable sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France. Outre certains codes de bonne conduite affichés, nous pouvons avancer sans nous tromper que ces stratégies sont inexistantes, surtout dans leur dimension bidirectionnelle symétrique.

5.3 Conclusion

Ce cinquième chapitre nous aura permis, entre autres éléments, d'analyser les résultats recensés en procédant à leur interprétation en regard de notre cadre théorique. La recherche nous aura notamment appris que les stratégies de communication et de relations publiques mises de l'avant par l'UNESCO et ses

organismes partenaires sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle sont peu efficaces. En plus de mettre en lien les éléments obtenus durant notre terrain de recherche avec le contexte entourant notre problématique initiale, les questions de recherche ont été répondues par la négative.

Un lien entre le patrimoine mondial et le développement durable a été établi. Nous avons abondamment discuté autour de cette thématique de l'influence des théories communicationnelles élaborées par Grunig *et al.* (1982, 1992, 2002) et ses collaborateurs. Nous avons présenté le modèle de la communication bidirectionnelle symétrique et les bénéfices que cette dernière pouvait engendrer pour les différents publics. Nous avons également critiqué le côté utopique et difficilement applicable en tout temps de ce modèle communicationnel, en nous appuyant sur les propos de Fitzpatrick et Gauthier (2001), Stoker et Tusinski (2006), Pearson (1989), Parsons (2004), ainsi que Johnston et Zawawi (2004). Nous avons finalement convenu que l'UNESCO, vecteur de développement durable, se devait d'adopter les moyens nécessaires pour assurer un développement économique qui soit respectueux de l'environnement et créateur de lien social, en adoptant les grands principes de la communication citoyenne.

Nous avons également discuté de la nécessité de doter l'UNESCO d'une politique de communication efficace qui puisse venir en appui de la promotion de ses idéaux. Sachant que la visibilité d'une organisation intellectuelle comme l'UNESCO dépend avant tout du bien-fondé de ses objectifs et priorités, du contenu de ses programmes et de la pertinence des réponses qu'elle apporte face aux attentes de la communauté internationale, nous jugeons indispensable de lier les programmes et activités dirigées avec l'image de l'organisation sous une politique d'ensemble élargie.

Le développement durable a lui-aussi été mis dans la mire de la communication. En effet, nous avons constaté que l'absence d'une politique de communication efficace en ce qui a trait au développement durable influençait

nécessairement, et négativement, l'impact écologique des lieux visités. Pour y remédier, nous misons sur une communication percutante pour faire l'éloge des bonnes pratiques, sans toutefois tomber dans l'excès que serait une campagne de propagande.

L'éducation et la formation sont également des aspects à considérer lorsque nous pensons à la sensibilisation au développement durable. En misant autant sur les acteurs traditionnels du changement que sur tous les autres, nous estimons pouvoir multiplier les chances d'atteindre les objectifs initiaux.

C'est à la suite de ces constats que nous nous devons de répondre à nos questions de recherche par la négative. Le chapitre VI, Conclusion, nous éclairera sur de nouvelles pistes de réflexion possible pour la poursuite de cette recherche, en terme de communication et de développement durable sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France.

CONCLUSION

En terminant cette recherche, nous désirons revenir sur quelques notions qui nous ont permis de bien comprendre le phénomène à l'étude. Au début de ce travail nous demandions, dans notre question de recherche, en quoi la communication publique sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle en France favorise-t-elle la prise en compte des principes de développement durable liés à la Convention du patrimoine mondial ainsi qu'aux principes et idéaux de l'UNESCO? Nous émettions ensuite l'hypothèse voulant que les stratégies d'information dont témoigne la voie du Piémont pyrénéen contribuent au respect et à l'application des principes de développement durable identifiés par le Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO. Après analyse, il semble que notre hypothèse s'avère fausse.

Avant d'en arriver à l'infirmer, nous avons vu au chapitre I comment certains auteurs et théoriciens ont souligné l'importance qu'occupent les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle en France dans la sphère internationale de l'UNESCO. Ensuite, nous nous sommes intéressé à ces sites du patrimoine mondial en tant qu'objet d'analyse dans le cadre de notre étude de cas. Ces sites ont en commun qu'ils appartiennent à tous les peuples de l'humanité. Ils sont également porteurs d'un bagage identitaire qui peut servir de point de rencontre entre tous les peuples de monde, constituant de fait une immense richesse.

Au chapitre II, notre cadre théorique a permis d'expliquer les concepts liés à notre recherche. Dans un premier temps, nous nous sommes penché spécifiquement sur les caractéristiques des communications sociales et publiques à l'ère de la mondialisation contemporaine en présentant la pensée d'auteurs qui appréhendent de multiples bouleversements engendrés par les nouvelles pratiques communicationnelles. Nous avons ensuite résumé l'impact qu'a eu le Nouvel ordre

mondial de l'information et de la communication (NOMIC) sur les stratégies opérationnelles et communicationnelles, puis nous nous sommes attardé au point de vue français en étudiant les propos tenus notamment par Wolton (2003).

Nous avons défini les notions de communication et de culture avant d'aborder la question des nouveaux défis contemporains qu'incarne, entre autres courants, la cohabitation culturelle. Enfin, les grands principes de développement durable ont été abordés et leur implication dans le domaine patrimonial a été explicitée. Nous nous sommes également attardé à la notion d'écotourisme, considérée par plusieurs professionnels de l'économie touristique mondiale comme une solution viable dans une perspective de revalorisation du patrimoine cohérente.

Dans le troisième chapitre, nous avons exposé notre méthodologie de recherche : d'abord en révélant les caractéristiques de l'étude de cas, puis en décrivant notre démarche d'enquête alliant les méthodes qualitative et quantitative. Nous avons ensuite justifié les raisons qui nous ont amené à choisir un échantillonnage par critères ciblés, puis nous avons circonscrit les sites du patrimoine mondial à étudier. Nous avons également présenté de quelle manière nous sommes parvenu à développer un bordereau d'analyse adapté spécialement pour cette recherche. Nous avons finalement exposé les lacunes et les avantages de notre approche méthodologique, tout en décrivant les limites de notre recherche.

Le chapitre IV a été consacré à la présentation des données recueillies lors de la collecte d'informations, effectuée sur les sites du patrimoine mondial à l'étude. C'est ici que chacun des sept sites du patrimoine mondial a été documenté à partir de notre bordereau d'analyse. Puis, nous avons brièvement énoncé les faits saillants relativement aux résultats obtenus.

Enfin, le chapitre V, Interprétation des données et réponse aux questions de recherche, nous aura permis d'analyser les résultats recensés. La recherche nous aura notamment appris que les stratégies de communication et de relations

publiques mises de l'avant par l'UNESCO sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle sont peu efficaces. On retrouve, en effet, nombre de communications élaborées de manière désorganisée, souvent déficientes : aucune indication concernant le tri des matières recyclables, absence de mentions UNESCO ou du justificatif appuyant les valeurs de référencement, pour ne nommer que ces exemples.

Lorsque l'on se penche sur la question de la communication de sensibilisation, c'est tout un contexte social que nous devons considérer. Et lorsque le développement durable constitue le sujet maître de ces efforts de communication, c'est à une composante importante d'une réalité qui nous est familière que nous nous heurtons.

Aujourd'hui, de multiples organismes de recherche appliquée ont déjà inclus le concept de développement durable dans leurs thématiques et leurs objets de recherche : biodiversité, évolutions climatiques, énergies nouvelles, etc. Comment donc l'expression de la communication sur le développement durable a-t-elle intégrée la sphère internationale de l'UNESCO?

On le remarquera, ce sont principalement les pouvoirs publics et les instituts scientifiques que nous envisageons souvent comme principaux acteurs du développement durable, et que nous pensons être à l'origine de messages de sensibilisation destinés à la société civile, en plus d'être des vecteurs d'attitudes positives.

Il importe de se rappeler que les chercheurs en sciences de l'information s'intéressent depuis des décennies au véritable mandat de la communication : non seulement cette dernière se doit de représenter la réalité, mais elle a d'abord et avant tout pour mission de l'appeler. Elisabeth Laville, spécialiste du développement durable et experte européenne sur la responsabilité sociale des entreprises, l'exprime d'ailleurs de manière juste : « En prenant la parole sur sa responsabilité sociale ou environnementale, l'entreprise s'engage à poser des actes à la hauteur

de ses mots » (Laville, 2002, p.228). Ainsi, en rendant public ce à quoi elle aspire, la communication établit la direction vers laquelle tous doivent se diriger en plus d'enraciner ce qui n'est pour plusieurs qu'une promesse, « elle ne vise pas à refléter la réalité mais à la faire advenir » (Ibid).

Cela exige d'effectuer une coupure avec le postulat inexact, si souvent dénoncé par Wolton, à savoir que « la communication se réduit à la transmission » (2005, p.66). Pour nous, la communication est synonyme d'échange, de partage, de conversation, d'entente. C'est d'ailleurs la raison pour laquelle elle joue un rôle dominant pour plusieurs des projets qui imposent le modèle du développement durable : en coordonnant et en solidifiant, notamment, le lien qui unit les parties prenantes de l'organisation. « Par le développement durable, la communication accroît son rôle d'écoute et de dialogue; par la communication, le développement durable se crédibilise parce qu'il se renforce de flux d'informations permanentes » (Libaert, 2006, p.6). Cela est fortement déficitaire sur les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO qui composent le chemin pyrénéen de Saint-Jacques-de-Compostelle.

Formuler une volonté au développement durable et incriminer simultanément la communication relève-t-elle donc de l'invraisemblance? Nous avons, depuis le début de cette recherche sur la voie du Piémont pyrénéen du chemin Saint-Jacques-de-Compostelle, fortement insisté sur les trois piliers sur lesquels repose le développement durable, en tant que modèle visant à allier l'économique, le social et l'environnemental. Toutefois, à l'instar de Libaert (2010), il nous apparaît maintenant très clair que la communication doit être étudiée en tant que quatrième pilier du développement durable, sans lequel les trois autres perdraient toute crédibilité.

Dans le cadre de cette recherche, nous n'avons pas tenu compte de la géographie entourant ces biens du patrimoine mondial que représentent les chemins de Saint-Jacques-de-Compostelle, aussi bien en France qu'en Espagne. Considérant l'ampleur géographique et la continuité tout au long de l'histoire du

phénomène jacquaire, sa complexité et son étendue sont des caractéristiques distinctives.

Ce qui nous surprend le plus lorsque nous découvrons ce chemin, outre la richesse de son patrimoine matériel et immatériel, « est le fait qu'il constitue à la fois un chemin de pèlerinage et une voie de civilisation » (Bellaster, 2009, p.55). Ceci est fondamental si l'on s'attarde non seulement à la conservation, mais également au plan de gestion exigé par l'inscription sur la Liste du patrimoine mondial (Ibid.). Une gestion qui, selon les spécialistes, devrait poursuivre trois orientations essentielles : « intelligibilité, conservation et coordination de tous les acteurs qui, en fonction de la nature de ces chemins et des différentes lectures auxquelles ils se prêtent, ont la juridiction et la responsabilité de sa sauvegarde » (Bellaster, 2009, p.55). À ces trois orientations nous ajoutons la communication.

La préservation et la protection de ces chemins, définis comme l'espace formé par les chemins historiques maintenant disparus et ceux que l'on peut toujours sillonner aujourd'hui, sont devenues prioritaires, car comme le souligne Bellaster (2009, p.56) :

Le chemin historique suivi par les pèlerins n'a pas toujours été conservé; parfois parce que ce chemin changeait, et d'autres fois parce qu'il n'était pas seulement un chemin emprunté par les pèlerins, mais aussi une voie de communication qui a évolué au cours du temps. Mais il est nécessaire de les (sic) conserver et de les (sic) remettre en état [...].

Ces chemins matériels et immatériels incarnent le lien, comme l'a évoqué à l'époque l'ingénieur Arturo Soria, « qui unit et qui donne un sens aux différents monuments et éléments urbains qui façonnent cet espace » (Bellaster, 2009, p.56). « La conservation de ces biens est directement liée à leur accessibilité et à la fréquence de leur utilisation » (Ibid.). Il y a une menace, toujours plus élevée, de thématiser ces lieux et de les transformer en une sorte de produit pour le tourisme de masse. Voilà la plus grande menace pour sa sauvegarde. Réconcilier la conservation des valeurs et du caractère propre de leurs centres historiques avec

les besoins de leurs habitants du XXI^e siècle représente un défi considérable, pour lequel la communication a très certainement un rôle de premier-plan à jouer.

APPENDICE A

VERBATIMS D'ENTREVUE

VERBATIM 1- CITÉ HISTORIQUE DE CARCASSONNE

14 juillet 2010

Entrevue réalisée à l'extérieur des murs du château comtal, sur un banc de bois, avec P.I.1, Agente à l'accueil et à la sécurité dans la cité historique de Carcassonne.

A⁴³ : Est-ce que vous acceptez que j'enregistre la conversation?

P.I.1 : Oui.

A : Bon, bien c'est parfait. Alors je vais vous poser six questions très globales, qui portent davantage sur le volet de développement durable entourant la cité et sur son aspect social.

P.I.1 : D'accord.

A : Alors voilà. Première question : que pensez-vous des actions de solidarité locale, donc les actions de banque alimentaire, ou les actions pour contrer le SIDA ou autre dans la cité? Est-ce que vous êtes au courant de tout ça, est-ce que vous savez...?

P.I.1 : Il n'y en a pas du tout.

A : Il n'y en a pas du tout?

P.I.1 : Non. Que je sache, non.

A : Parfait, excellent. Seconde question : que pensez-vous des actions favorisant le développement des relations harmonieuses dans la cité? Donc on va parler

⁴³ La lettre « A » sera utilisée dans tous les verbatims pour identifier l'intervieweur.

d'éducation civique, de règlements collectifs dans la cité. J'ai remarqué en me promenant qu'il y avait beaucoup d'affiche « toutounet », on distribuait des sacs. Est-ce que vous pensez que ça peut faire une différence?

P.I.1 : Ah oui! C'est super important. Après, la propreté du site tient au fait que tous les jours la municipalité doit nettoyer les rues. Mais après, les gens ne se sentent pas concernés, ils ne sont pas propres. Même dans le château, on leur interdit de manger et ils ne comprennent pas toujours pourquoi.

A : Ah, c'est vrai. Parfait. Est-ce qu'il y a d'autres actions qui ont été prises ici, autre que les « toutounets »?

P.I.1 : Non, pas que je sache. Il n'y a pas suffisamment de poubelles, il n'y a pas de cendrier. Par exemple, dans la cité, vous ne trouverez pas de cendrier. Pas du tout, même chez les commerçants, dans les bars ou les cafés, il n'y a pas de cendrier. Alors tout le monde jette sa clope par terre, tout simplement parce qu'on a expliqué que s'ils mettaient des... vous savez, des cendriers avec du sable?

A : Oui.

P.I.1 : Après, c'est rempli par divers déchets et du coup, ils abandonnent. Tous les matins, la municipalité nettoie. Moi, ça, ça me scandalise.

A : Effectivement. Merci. Êtes-vous satisfaite des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans la cité? Est-ce qu'il y a des actions qui ont été prises en ce sens là, au niveau de l'accueil ou...?

P.I.1 : Heu.. oui. Je sais que de temps en temps, il y a des fêtes et par exemple, je sais qu'il y avait un stand sur les Antilles.

A : Est-ce que c'est récurrent? Est-ce que ça revient plusieurs fois par année?

P.I.1 : Il y a une association dans Carcassonne en fait sur l'intégration des Antillais, et voilà.

A : C'est bien, parfait. Selon vous, la mondialisation, entendue ici au sens de « l'expansion et de l'harmonisation des liens d'interdépendance entre les nations et les activités humaines à l'échelle mondiale », est-ce que c'est une menace ou une chance pour le développement économique d'une cité comme Carcassonne?

P.I.1 : Je pense qu'il n'y a pas de retombée sur la cité.

A : Vous dites qu'il n'y a pas de retombée. Pourquoi?

P.I.1 : Reposez-moi la question. La mondialisation pour quoi?

A : Pour la diversité culturelle peut-être? C'est en faveur d'un développement durable ou...?

P.I.1 : Sur le développement durable, ça n'en fait pas, il n'y a pas de retombée. Il n'y a pas de tri par exemple sur les déchets dans la cité.

A : Ah? Qu'est-ce qui arrive, ils prennent les déchets au complet puis ils les amènent...? Il n'y a pas de recyclage ni rien?

P.I.1 : Pas dans la cité. C'est vrai que compliqué; c'est difficile d'accès, ne serait-ce que pour les camions de poubelle... y a pas de mesure en place par rapport à ça.

A : Parfait. Puis vous, vous êtes à Carcassonne... vous résidez à Carcassonne?

P.I.1 : Non. Moi, j'habite dans un petit village à 20 kilomètres.

A : Parfait. Donc, comment qualifieriez vous votre sentiment d'appartenance à la cité?

P.I.1 : Bien... j'y travaille. Le château, c'est chez moi. C'est mon château!

A : Ça fait plusieurs années que vous y travaillez?

P.I.1 : Ça fait deux ans.

A : Donc vous êtes fier j'imagine d'y travailler?

P.I.1 : Oui.

A : Puis dernière question, toute simple : est-ce que les membres du personnel reçoivent une formation en ce qui concerne leur rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé, de sécurité?

P.I.1 : Alors... de sécurité, oui, parce qu'on est agent d'accueil et de surveillance, alors il y a un souci qui nous fait intervenir dans le château. Au niveau du développement durable, non. Au niveau de la santé, euh... oui, vis-à-vis de tous les problèmes de santé qu'on a pu rencontrer et avec les différentes épidémies et tout ça, comme par exemple la crise avec la grippe porcine, on a été averti avec les masques qui étaient à notre disposition, bon, on ne s'en est pas servi... mais on est un petit peu sensibilisé quand on a des problèmes comme ça, généraux. Et au niveau environnemental et social, il n'y a rien du tout.

A : Et ça, ce sont des formations qui sont données au départ, à l'embauche j'imagine? Ou c'est plutôt graduel...?

P.I.1 : C'est graduel. Après, il faut faire une demande. Au niveau environnemental il n'y a rien, après socioculturel, c'est plutôt vraiment culturel après.

A : Ah! Parfait. Alors voilà, c'est ce qui complète. C'est beau, c'était tout simple, je vous remercie. Merci beaucoup, c'était très agréable! Vous venez de me sauver la vie en matière d'entrevue ici, à Carcassonne!

P.I.1 : Je vous en prie!

VERBATIM 2- CANAL DU MIDI

15 juillet 2010

Entrevue réalisée en plein air, sur un banc de bois, avec P.I.2, guide touristique sur le canal du Midi.

A : Est-ce que vous acceptez que vos propos soient enregistrés?

P.I.2 : Oui.

A : Je vous fais un petit résumé de mon projet. Dans le cadre de mon mémoire de maîtrise, je travaille sur les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO, en particulier sur l'étude des relations publiques entourant ces sites-là. En fait, je quitte dimanche pour me rendre jusqu'à Saint-Jacques de Compostelle par la voie du Piémont pyrénéen; j'ai débuté ici, par la cité de Carcassonne puis le canal du Midi. J'étais très heureuse d'entendre que vous mentionniez que c'était nommé au patrimoine mondial de l'UNESCO, c'est plutôt caché ici! Il n'y a pas vraiment de mention ou autre, je n'ai pas vu de plaque... on est pas à l'embouchure ou à la fin du canal, j'imagine que ça se trouvera plus loin.

A : Alors j'ai six questions toutes simples, environ cinq minutes.

P.I.2 : Pas de souci.

A : Parfait; je vous remercie encore. Alors la première, tout d'abord : que pensez-vous globalement des actions de solidarité locale, que l'on parle des banques alimentaires ou des mesures prises pour contrer le SIDA, est-ce que ça existe ici à Carcassonne? Êtes-vous consciente de ça?

P.I.2 : Non, je n'habite pas à Carcassonne, mais en toute honnêteté, je pense que ce n'est pas quelque chose qui préoccupe les gens qui habitent à Carcassonne.

A : Non?

P.I.2 : Il y a certainement des dispositifs mis en place, mais je ne crois pas que ce soit quelque chose qui soit suivi à grande échelle.

A : Parfait, merveilleux. Que pensez-vous des actions favorisant le développement des relations harmonieuses, donc on va parler ici d'éducation civique, de règlements collectifs tout autour du canal du Midi? J'ai vu qu'il y avait des affiches

« toutounets », « ramassons les déchets » et autres... est-ce que vous pensez que ça peut avoir des impacts, est-ce qu'il y a des mesures prises en ce sens là?

P.I.2 : Je pense que oui. Déjà, par rapport au Pavillon bleu dont on parlait tout à l'heure, je pense qu'il y a des choses mises en place que les gens, du moins les « autochtones », respectent. Après, il y a toujours le problème de la « suraffluence » des touristes qui engendrent une production de déchets assez importante et tout le monde n'est pas respectueux de l'environnement et de l'hygiène.

A : Tout à fait. J'ai vu qu'il y avait tout de même un bon nombre de poubelles tout au long du canal...

P.I.2 : Oui, tout à fait. Mais vous avez sûrement remarqué que le canal en lui-même était parfois jonché de déchets.

A : Tout à fait. Je me suis promenée hier sur les berges et j'ai vu une quantité assez impressionnante de déchets.

P.I.2 : Il y a des gens qui continuent à ne pas respecter... les touristes et certainement les locaux, parce qu'il y a aussi des gens qui se promènent à Carcassonne qui sont carcassonnais et qui n'hésitent pas à joncher les rives du canal de déchets... mais je pense que dans une majorité c'est respecté, que les dispositifs mis en place ont un impact sur l'hygiène, l'écologie ou autre et que tout le monde ne fait pas les efforts à 100%.

A : Êtes-vous satisfaite des actions favorisant l'intégration des personnes de nationalité différente dans la collectivité? J'ai vu que vous offriez des visites en plusieurs langues, vous parlez vous-mêmes plusieurs langues...comment pensez-vous que les gens d'origine étrangère sont perçus ici, à Carcassonne?

P.I.2 : Pour être honnête, les gens ici aiment les touristes, parce que ça leur rapporte beaucoup d'argent. Après, quand les gens viennent s'installer, ils ne les « sentent » pas. Ils n'aiment pas. Moi, je ne viens pas d'ici, je ne suis pas originaire du sud de la France, et mon intégration, même en étant quelqu'un de « nordique », ne passait

pas forcément. Donc, les gens aiment beaucoup les étrangers en saison, mais ils ne perçoivent pas du même œil le fait qu'ils viennent s'installer définitivement dans la région.

A : Est-ce que c'est au niveau du travail ou des possibilités d'emploi?

P.I.2 : Oui, c'est au niveau du travail parce qu'ici, on a pas beaucoup de travail. C'est une région qui n'offre pas beaucoup de travail, il n'y a pas d'industrie, donc il n'y a pas de secteur secondaire, il y a de l'agriculture mais c'est essentiellement de la viticulture donc c'est très restreint et le tertiaire, c'est ce qui marche le plus, mais... Donc, les gens sont très favorables au tourisme, mais ils ne sont pas favorables à l'installation définitive des étrangers.

A : Très bien. Est-ce que vous croyez que la mondialisation peut être perçue comme une chance ou une menace pour le canal du Midi?

P.I.2 : Une chance.

A : Une chance? À quel niveau?

P.I.2 : Bien... tout simplement parce que je pense que la mondialisation, ça permet l'échange, l'échange culturel, et plus il y a d'échange, plus il y a de possibilité de se faire connaître donc oui, il y a possibilité d'avoir un haut rendement sur ce canal. Après, je pense que c'est une chance mais ça peut être aussi néfaste dans la mesure où les gens, peut-être, vont produire beaucoup de déchets et ne pas se préoccuper de l'hygiène. C'est un couteau à double tranchant.

A : Tout à fait.

P.I.2 : Mais je pense que dans un premier temps, si tout le monde est bien conscient des efforts qu'il faut faire, ça peut être une grande chance.

A : Tout à fait. Donc, vous nous avez dit que vous ne veniez pas nécessairement de Carcassonne, mais que vous y travaillez... comment vous qualifieriez votre sentiment d'appartenance au canal du Midi? Aux gens de Carcassonne, à la cité...?

P.I.2 : Je suis passionnée dans mon métier et puisque je travaille sur le canal du Midi, suis passionnée par le canal du Midi et par la cité aussi puisque j'y travaille. Après, je ne pense pas que ça fasse partie de moi au sens propre du terme. Je

pense que je suis une personne qui participe à la vie du canal, qui va participer à la promotion du canal, mais sans en faire partie de manière intégrale.

A : Tout à fait. Ça fait combien de temps que vous travaillez ici?

P.I.2 : 15 jours.

A : 15 jours! Mon Dieu, mais vous êtes excellente pour 15 jours! Est-ce que vous aviez déjà une base ou des aptitudes, ou est-ce que vous aviez déjà travaillé dans le domaine du tourisme avant?

P.I.2 : Je suis guide touristique de métier. Je travaille à mon compte et pour Albi, qui normalement entrera au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO en 2010. Je travaille parfois à Barcelone, à Narbonne, à Carcassonne...je travaille là où on passe commande. Bon, ici, c'est un travail saisonnier fixe, mais ça m'arrive très fréquemment d'aller travailler ailleurs.

A : Parfait. Dernière question, toute simple : est-ce que vous avez reçu une formation en ce qui concerne votre rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de la santé, de la sécurité?

P.I.2 : J'ai reçu une formation sur la sécurité de mes passagers sur un bateau, mais ça s'arrête là.

A : Parfait. Est-ce que vous savez s'il y a des formations qui se donnent graduellement au fil de l'été ou les gens se renseignent un peu ici et là?

P.I.2 : Je pense que les gens se renseignent et qu'il n'y a pas de formation durant l'été, mais après je ne vous l'affirme pas puisque je ne suis pas au courant. Mais j' imagine que non.

A : Pensez-vous que la nomination au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO a eu un impact positif pour le canal?

P.I.2 : Je pense que oui parce que si on a 7500 bateaux qui naviguent sur le canal chaque année, c'était pas le cas avant 1996.

A : Ça a augmenté la popularité du canal de beaucoup.

P.I.2 : Et même la nomination de la cité de Carcassonne... on est passé de trois millions de personnes par an à 5 millions...

A : C'est fou quand même. J' imagine que ça engendre également son lot d' impacts?

P.I.2 : Oui, tout à fait.

A : Alors voilà, c'est tout. P.I.2, je vous remercie beaucoup d'avoir pris du temps de votre pause pour répondre à mes questions.

P.I.2 : Il n'y a pas de souci!

VERBATIM 3- Saint-Lizier

25 juillet 2010

Entrevue réalisée à l'extérieur sur le parvis de l'ancienne cathédrale, avec P.I.3, guide touristique sur le site de Saint-Lizier.

A : Est-ce que vous acceptez que vos propos soient enregistrés?

P.I.3 : Oui.

A : Alors voilà, la première : que pensez-vous globalement des actions de solidarité locale (on parle ici des banques alimentaires, de la SIDAction)... est-ce que ça existe ici à Saint-Lizier? J'ai vu en entrant que St-Lizier était associé avec un camp de Bethléem...

P.I.3 : Il y a des jumelages de villes, mais je ne suis pas au courant.

A : Êtes-vous du coin?

P.I.3 : Oui, je suis originaire d'ici, mais je fais mes études ailleurs.

A : Parfait. Est-ce que vous savez s'il y a des banques alimentaires ici?

P.I.3 : Euh... non, il n'y en a pas. Il y en a à St-Giron.

A : Ah, c'est tout près?

P.I.3 : Oui.

A : À combien de temps environ?

P.I.3 : 5 minutes.

A : 5 minutes... parfait. Est-ce qu'il y a d'autres actions qui ont été prises ici pour aider les communautés?

P.I.3 : Euh... par rapport à la solidarité?

A : Oui.

P.I.3 : Il y a un jardin mis à la disposition des gens. Donc après, ils pouvaient cultiver, récupérer leurs légumes.

A : C'est parfait. Que pensez-vous des actions favorisant le développement de relations harmonieuses (donc on parle ici d'éducation civique, de règlements collectifs) dans la collectivité. Il y a plusieurs collectivités qui, par exemple, installent des affiches pour dire « attention à la propreté des animaux » ou autre... est-ce que ça existe ici?

P.I.3 : Ici, je n'en ai pas vu.

A : Il n'y en a pas? Est-ce qu'il y a d'autres formes... j'ai vu plusieurs affiches de stationnement, notamment, est-ce que ça peut...?

P.I.3 : J'ai du mal à comprendre la question.

A : En fait, est-ce qu'il y a des actions qui sont prises ici à St-Lizier pour favoriser les relations (harmonieuses) entre les voisins? Comme par exemple des règles (pas le droit de passer la tondeuse entre telle heure et telle heure... bon, ici, ce n'est pas le cas, je vois que les gens n'ont pas nécessairement de terrain...mais dans ce genre là, est-ce que existe ici?

P.I.3 : Non, je pense que les gens... ici, c'est un petit village, il n'y a pas trop de conflit.

A : Combien d'habitants ici?

P.I.3 : 1500

A : Ah, quand même.

P.I.3 : Mais il n'y a pas que le village. Il y a les alentours.

A : Mais j' imagine que le site ici invite plusieurs personnes à venir le fréquenter.

P.I.3 : Oui, beaucoup de touristes.

A : Savez-vous combien de touristes, à peu près?

P.I.3 : Non, je ne sais pas.

A : Vous ne savez pas. Bon. Êtes-vous satisfaite des actions favorisant l'intégration des personnes de nationalité différente ici, à St-Lizier?

P.I.3 : Par exemple, je sais qu'à l'Office (de tourisme), on propose des visites en anglais et en espagnol (en plus du français). Après, les autres lieux d'accueil... la personne qui travaille ici parle très bien espagnol, moi, je parle anglais, alors...

A : Merveilleux.

P.I.3 : On essaie d'aider les gens. L'autre jour, il y avait deux personnes anglaises, donc, elles ne comprenaient pas trop. J'ai essayé de faire l'effort d'aller vers elles, de leur parler en anglais.

A : C'est bien. Selon vous, la mondialisation, est-ce que c'est une chance ou une menace pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable ici, pour Saint-Lizier?

P.I.3 : Je pense que c'est un atout la mondialisation.

A : En quel sens?

P.I.3 : Les échanges entre les cultures, c'est toujours positif...mais il ne faut pas... il ne faut pas que la mondialisation entraîne une uniformisation des cultures. Que chacun garde son identité tout en se mélangeant.

A : C'est bien! Bon, vous nous l'avez dit, vous êtes du coin... comment qualifieriez-vous votre sentiment d'appartenance face à Saint-Lizier?

P.I.3 : Euh... bien, c'est un peu spécial. Ici, c'est un petit village, donc les gens vivent ici de génération en génération. Moi, mes grands-parents sont italiens, donc ils sont venus vivre ici... j'habite en plus en dehors du village, et je ne me sens pas du tout intégrée dans le village.

A : Parfait. Ça fait combien temps que vous travaillez ici?

P.I.3 : Ici, à l'Office du tourisme? Ça fait trois jours.

A : Oh la la! Je vous attaque en partant! Mais ça se passe bien pour trois jours, vous connaissiez déjà très bien les alentours.

P.I.3 : Oui! En fait, disons... plus ou moins!

A : Mais sinon, vous n'avez pas de sentiment d'appartenance autre...

P.I.3 : Non, pas plus que ça.

A : C'est bon. Dernière question : bien là, vous me dites que ça fait trois jours, mais est-ce que les membres du personnel reçoivent une formation en ce qui concerne leurs rôles dans la gestion des pratiques, soit environnementales, socioculturelles, de santé, de sécurité?

P.I.3 : Euh... pour l'instant, je n'ai rien reçu! Non, je ne pense pas qu'il y ait des formations qui se donnent.

A : Parfait. Je me suis promenée, et j'ai vu peu de poubelles ou de bac de recyclage. J'en ai vu quelques-uns en haut, près du palais des évêques... est-ce qu'il y a une collecte des ordures?

P.I.3 : Euh... collecte...disons que même ici, il faut se battre pour le faire... et on tri.

A : C'est vous qui triez?

P.I.3 : On tri et on va à la déchetterie.

A : Elle est à combien de temps la déchetterie?

P.I.3 : Elle est à 20 minutes en voiture. Je pense que pour les personnes âgées, c'est inadmissible.

A : C'est difficile. Puis le fait que le site ici ait été nommé au Centre du patrimoine mondial, est-ce que vous pensez que ça a eu un impact pour l'affluence, l'achalandage...?

P.I.3 : Bien, les gens... à partir de là, c'est dans les guides. C'est classé, donc c'est à voir. Je pense que ça attire les gens.

A : Tout à fait. Est-ce que vous le mentionnez en visite que c'est classé?

P.I.3 : Oui, je le mentionne.

A : Ah, super. Voilà, c'est tout. Je vous remercie, beaucoup beaucoup beaucoup. Ça va m'aider énormément.

VERBATIM 4- Saint-Bertrand-de-Comminges

28 juillet 2010

Entrevue réalisée à l'intérieur de l'Office de tourisme, avec P.I.4, guide touristique sur le site de Saint-Bertrand-de-Comminges.

A : Alors ce sont cinq questions, non, six questions très très générales qui n'ont pas nécessairement de lien avec ce que je viens de visiter, donc la cathédrale ou les bâtiments en bas, ce sont vraiment concernant les actions prises par la ville... vous êtes du coin, vous? De la municipalité?

P.I.4 : Oui, bien moi je ne suis pas de la municipalité, j'habite à quelques 20 kilomètres d'ici. Dans le village, vous avez la mairie de Saint-Bertrand, qui s'occupe de la cathédrale, la billetterie pour faire visiter la cathédrale, et nous ici nous dépendons d'un autre organisme, du Comité départemental du tourisme, qui lui dépend du Conseil général et qui s'occupe de tout ce qui est culturel et touristique : les informations touristiques, les visites guidées pour les groupes, et également, les expositions, comme d'art contemporain, ou encore l'exposition antique et paléochrétienne à la chapelle.

A : Parfait. Merveilleux. Donc, il y a combien d'habitants ici à Saint-Bertrand?

P.I.4 : Environ 200.

A : 200. Et connaissez-vous l'achalandage... pas l'achalandage, le taux de fréquentation l'été, les visiteurs, les touristes...?

P.I.4 : Oui, alors je peux vous les faire parvenir, je ne les connais pas par cœur.

A : Non, ce ne sera pas nécessaire. Mais c'est plusieurs milliers, j'imagine?

P.I.4 : Oui, bien sûr.

A : Alors ici, dans la municipalité... est-ce qu'on dit municipalité, village ou commune?

P.I.4 : Municipalité.

A : Alors dans la municipalité, est-ce qu'il y a des actions locales de solidarité qui sont prises, par exemple la SIDAction, les banques alimentaires...?

P.I.4 : Il faudrait demander à la mairie.

A : À la mairie?

P.I.4 : Oui, à la mairie directement.

A : Et vous pensez que c'est encore ouvert à cette heure-ci?

P.I.4 : Je pense que c'est encore ouvert... peut-être jusqu'à 17 heures.

A : Parfait. Que pensez-vous des actions favorisant le développement des relations harmonieuses dans la municipalité? Bon, j'ai vu qu'il y avait... est-ce qu'il y a par exemple... j'ai vu, dans plusieurs villages dans lesquels je suis passée, il y avait des règles concernant les promeneurs avec leurs chiens, pour ramasser les déchets des chiens... est-ce qu'il y a des actions dans ce style-là qui sont prises ici?

P.I.4 : (Réponse incompréhensible)... Rues nettoyées par les employés communaux... ensuite, dans la partie basse de la ville, il y a eu un peu de vandalisme, alors du coup, on travaille de concert avec l'État, qui est propriétaire du site, parce qu'on a retrouvé des jeunes qui faisaient du VTT sur les ruines vieilles de 1000 ans...Prévention pas formalisée, mais il faut faire attention.

A : Parfait, donc c'est toujours des ententes tacites entre les voisins et tout?

P.I.4 : Tout à fait.

A : Parfait. Bon, bien je vous le demande comme ça : est-ce que vous êtes satisfaite des actions visant l'intégration des personnes de nationalité différente dans la municipalité? J'imagine que vous offrez des visites guidées dans plusieurs langues...

P.I.4 : Oui, tout à fait.

A : Combien de langues?

P.I.4 : Alors en face, l'audioguide, je pense qu'il y a cinq ou six langues. Nous, ici (à l'Office de tourisme), on n'accueille qu'en français, mais on est en train d'étudier pour voir si on ne peut pas intégrer l'espagnol et l'anglais.

A : Parfait, parfait. Savez-vous s'il y a des actions qui sont prises, s'il y a des fêtes de nationalité ou autre dans les environs ou...?

P.I.4 : Oui, à Montréjeau, vous avez un folklore international en août tous les ans... après, c'est vrai qu'il n'y en a pas énormément.

A : Parfait. Selon vous, est-ce que la mondialisation est une menace ou une chance pour une municipalité comme ici, quand on parle de diversité culturelle et de développement durable?

P.I.4 : Je pense que c'est un peu des deux.

A : Pourquoi?

P.I.4 : À mon avis, c'est intéressant de développer un tourisme, mais pas un tourisme de masse (incompréhensible) on va dire un tourisme plus ciblé, pour les amoureux du patrimoine, qui visionne les choses... des fois, il y a des touristes qui veulent rapporter des pierres avec eux et ils nous disent « ben quoi... tout le monde fait ça... », ça existe; nous-mêmes, on essaie de faire attention, quand on a des enfants (et même des adultes d'ailleurs). Donc, je pense que la mondialisation, quand ça peut générer plus de personne, de fréquentation... c'est intéressant pour l'économie locale, pour la notoriété du site. Mais il ne faut pas tomber dans les travers, pas de tourisme de masse, pour avoir une horde de touristes qui ne respectent pas le site, voilà.

A : Parfait. Donc, vous nous avez dit que vous étiez plus ou moins du coin, donc vous restez à 20 kilomètres d'ici... comment vous qualifieriez votre sentiment d'appartenance à un tel site comme St-Bertrand?

P.I.4 : Euh... très très fort. Je suis assez fière.

A : Vous êtes fière d'y travailler?

P.I.4 : Oui, tout à fait oui. Pouvoir mettre de l'avant les richesses culturelles locales... déjà, il n'y en a pas énormément. Ensuite, bien vous imaginez, c'est un coin un petit peu reculé, c'est fréquenté que l'été, donc c'est difficile, avec tous les désavantages que ça comporte quand on est jeune et qu'on recherche du travail... c'est une économie un peu plus difficile... je suis contente d'avoir fait le choix de rester ici, de ne pas avoir quitté la campagne pour la ville, pour mettre de l'avant toutes les richesses culturelles et patrimoniales de la région.

A : Merveilleux. Vous êtes guide ici. Dites-moi, est-ce que vous recevez une formation en terme de gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé et de sécurité?

P.I.4 : Non. Très peu. (Explication incompréhensible). On aimerait recevoir plus de formation (incompréhensible) On aimerait rejoindre différents publics, notamment le public à handicap... vous avez vu la situation du site, c'est pas facile pour eux (explication incompréhensible).

A : Puis, j'ai aperçu quelques poubelles ici... est-ce qu'il y a un système de tri ici, de récupération des déchets?

P.I.4 : Oui oui, il y a un tri des déchets... bon, là ici, ce sont des poubelles surtout papier, mais il y a des *containers* pour trier le papier, le verre, le plastique, les boîtes de conserve... c'est le système collectif qui est mis en place.

A : Merveilleux. Dernière question comme ça, qui n'est même pas sur ma liste... est-ce que vous avez remarqué une différence dans la perception des gens depuis que le site a été nommé au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO?

P.I.4 : Chez les locaux, je n'en suis pas certaine. Il faudrait voir avec la mairie; ils sont peut-être plus au courant que nous sur les locaux. Maintenant, sur les grandes institutions publiques, sur les collectivités, oui... déjà, Saint-Bertrand est rentré depuis cette année dans une démarche de grands sites des midi-pyrénées (incompréhensible); qui est fédéré avec d'autres grands sites comme Rocamadour, des pôles attractifs touristiques, je pense que ça contribue à sa notoriété et, du coup, à intéresser les grandes collectivités publiques qui, peut-être avant, n'étaient pas autant intéressées.

A : Tout à fait. Bien, je vous remercie!

VERBATIM 5 – Oloron Sainte-Marie

4 août 2010

Entrevue réalisée à l'intérieur de l'Office de tourisme, avec P.I.5, guide touristique sur le site d'Oloron Sainte-Marie

A : Parfait, alors j'ai six questions toutes simples qui ont un lien en fait avec le développement durable à Oloron Sainte-Marie. Donc ici, dans la ville, s'il y en a, que pensez-vous des actions de solidarité locale? Donc, est-ce qu'il y a des banques alimentaires ou des actions pour contrer le SIDA, par exemple?

P.I.5 : Euh... il y a par exemple des actions régulières de don du sang, la SIDAction, c'est plus sur Pau, sur la ligne de Pau; après, banques alimentaires, il y a les ressources eucharistiques ici, à Oloron Sainte-Marie; après, il y a plusieurs concerts bénéfiques qui sont organisés à des fins associatives pour aider certaines associations.

A : Merveilleux. Que pensez-vous des actions favorisant le développement de relations harmonieuses (donc on parle d'éducation civique, de règlement collectif) dans la localité?

P.I.5 : C'est à dire?

A : C'est à dire... j'ai croisé plusieurs municipalités jusqu'à présent notamment qui avaient des affiches « toutounets », donc c'est important de ramasser les déchets laissés par les chiens, ou de mettre les poubelles dans les sacs, puis dans les bacs...est-ce qu'il y a des mesures prises dans ce sens-là ici?

P.I.5 : Oui oui oui. (incompréhensible) ... surveillance typique envers les chiens. Après, je ne vois pas d'autres types... mais ça permet d'avoir un entretien intéressant quand même, surtout sur un site classé UNESCO, c'est toujours plus agréable pour les visiteurs.

A : Oui, tout à fait. Êtes-vous satisfaite des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalités différentes ici, à Oloron Sainte-Marie?

P.I.5 : Je n'ai pas eu forcément l'occasion de prendre contact avec des gens qui arrivent, disons, de nations différentes, mais disons que je sais qu'il y a quand même la Maison de l'emploi et de l'information, qui aide ces gens-là à s'intégrer un peu plus; il y a pas mal d'associations dans ce sens-là également... des repas, qui sont fait en langue française ou en langue anglaise pour apprendre la langue du pays etc. Donc, oui, je pense que je suis quand même plutôt satisfaite. À l'échelle d'Oloron Sainte-Marie et de ses 12000 habitants, c'est pas mal.

A : Tout à fait. Puis ici, à l'Office du tourisme, vous offrez les services en plusieurs langues?

P.I.5 : Oui, on essaie de tous parler une autre langue... Nicole parle très bien allemand, Sébastien parle l'espagnol, moi, je parle l'italien et l'anglais...

A : Et les visites guidées sont également offertes en plusieurs langues?

P.I.5 : Oui, tout à fait.

A : Parfait. Selon vous, la mondialisation, est-ce que c'est une menace ou une chance pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable ici, à Oloron Sainte-Marie?

P.I.5 : Je pense que c'est une menace quand même.

A : Une menace?

P.I.5 : Dans le sens où on est une commune assez petite, et il y a eu pas mal d'industries textiles dans le passé, qui sont justement un peu « tombées à l'eau » entre guillemets, à cause du développement en Chine etc. et des matières premières moins chères. Donc, ça ne favorise pas le développement culturel dans notre région.

A : Je comprends bien. Vous travaillez ici depuis combien de temps?

P.I.5 : Ça fait trois ans et demi.

A : Trois ans et demi. Est-ce que vous résidez dans le secteur?

P.I.5 : Oui.

A : Comment vous qualifieriez votre sentiment d'appartenance que vous portez à votre collectivité?

P.I.5 : Bien justement. J'avais une visite avec des visiteurs à 3 heures. Ils me disaient : « c'est étrange. Vous êtes d'ici? » Et moi de leur dire que non, parce que je ne suis pas originaire du tout de là, et ils me dirent « et pourtant, vous paraissez imprégnée par la culture locale et etc. », donc oui, je pense que je me sens appartenir à Oloron Sainte-Marie... après aussi parce que je suis guide et que j'apprécie le patrimoine et que j'aime la ville et parce que j'essaie de la promouvoir du mieux que je peux à travers les visites. Je pense que c'est aussi une ville qui a une âme, de par ses habitants...et du coup, je m'y sens bien.

A : Vous êtes fière, donc.

P.I.5 : Oui, voilà!

A : Donc ici vous êtes guide. Est-ce que les membres du personnel reçoivent une formation en ce qui concerne la sécurité, les pratiques environnementales, socioculturelles, santé...?

P.I.5 : Euh... pas vraiment. Vous voulez dire par exemple s'il y a un accident lors des visites guidées...?

A : Oui, notamment, ou à l'embauche, certaines pratiques environnementales, comment réagir si on voit des déchets...?

P.I.5 : Non, pas vraiment

A : C'est parfait. Bien, je vous remercie!

P.I.5 : Je vous en prie!

VERBATIM 6 – L'hôpital Saint-Blaise

5 août 2010

Entrevue réalisée à l'intérieur de l'église de l'Hôpital Saint-Blaise, avec P.I.6, guide touristique à l'Hôpital Saint-Blaise

A : Alors vous allez voir, ce sont des questions qui n'ont pas nécessairement de lien avec l'église ici, mais davantage avec les environs. J'ai appris que c'était une petite commune de 80 habitants, alors ça se peut qu'il y ait des questions qui ne se rapportent pas nécessairement... alors, vous de vous gênez pas.

A : La première : est-ce qu'il y a des actions de solidarité locale qui ont été développées, des banques alimentaires ou des actions contre le SIDA, par exemple?

P.I.6 : Pas à ma connaissance. Je suis là depuis pas très longtemps, depuis un an et demi, donc depuis que je suis là, il n'y a effectivement aucune action...

A : Vous résidez ici sur les lieux, à l'hôpital Saint-Blaise?

P.I.6 : Non, je réside à 30 kilomètres.

A : Parfait. Ça fait un an et demi que vous y travaillez... vous êtes guide touristique ici?

P.I.6 : Oui.

A : Parfait. Même chose pour la seconde question : que pensez-vous des actions favorisant le développement de relations harmonieuses dans la localité? Donc, on parle ici d'éducation civique ou de règlement collectif entre citoyens... est-ce qu'il y a des mesures qui sont prises? J'ai vu tantôt qu'il y avait des chiens qui se promenaient sans laisse, notamment...est-ce qu'il y a des règles qui régissent ça?

P.I.6 : Au sein de la commune?

A : Au sein de la commune.

P.I.6 : Non, pas spécifiquement.

A : Parfait. Êtes-vous satisfaite des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalité différente ici, dans la commune? Est-ce qu'il y a des actions prises en ce sens-là? Je vois que les audioguides sont disponibles en différentes langues, vous parlez, j'imagine, français, anglais...

P.I.6 : Espagnol.

A : Parfait, donc vous êtes en mesure d'assurer la qualité du service et de l'accueil...mais sinon, ailleurs dans la commune, est-ce qu'il y a d'autres actions prises?

P.I.6 : Pas à ma connaissance...!

A : Bien non, je comprends, c'est tout petit ici!

P.I.6 : Oui, il n'y a pas trop d'habitants...

A : 80 habitants... puis, savez-vous, vous m'avez parlé de 200 visiteurs/touristes par jour ici durant l'été...

P.I.6 : A peu près 160 en pleine saison. Après, c'est un peu différent, il y a plus de groupes... en pleine saison, il y a beaucoup d'individuels.

A : Parfait. Est-ce que vous pensez que la mondialisation, c'est une menace ou une chance pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable ici, pour la commune?

P.I.6 : Moi je ne pense pas que ça soit en faveur d'un développement durable. Après, la mondialisation effectivement est quand même une chance car elle permet d'ouvrir les frontières...

A : Puis pourquoi vous ne pensez pas que ça soit en faveur d'un développement durable?

P.I.6 : Bien parce que je pense que ça ne privilégie pas nécessairement les actions locales, les plus petits groupements, les petites associations, et c'est sur une échelle mondiale donc forcément il y a des choses qui se mélangent et on oublie un petit peu les petites actions... c'est ça aussi, on oublie les petites actions puis les choses qui ne sont pas gérées forcément par les locaux.

A : Tout à fait. Bon, vous me disiez que vous n'habitez pas ici, par contre, vous y travaillez...comment est-ce que vous qualifieriez votre sentiment d'appartenance avec la commune ici?

P.I.6 : En fait, j'habite dans un autre département, donc c'est un peu étrange aussi d'arriver en pays basques. Les pays basques, c'est quand même très typique (...).

Interruption par un visiteur.

P.I.6 : Donc, je change de département. Le pays basque est très très fort; on sent une identité très forte, donc... c'est pas que je me sens rejetée quand j'arrive là, mais au départ, on sent qu'on est pas basque et c'est pas pareil, quoi. Après, ça ne veut pas dire que je ne compte pas m'intégrer ou que je ne suis pas intégrée, c'est juste qu'on le sent quand même.

A : Mais est-ce que vous êtes fière de travailler pour un lieu comme...?

P.I.6 : Oui, très fière.

A : Dernière question, toute simple : vous êtes guide touristique ici, est-ce que vous avez reçu une formation concernant votre rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé ou de sécurité?

P.I.6 : Non. J'ai une formation touristique, mais non, je n'ai pas de formation...

A : Parfait. C'est tout. Merci!

APPENDICE B

FORMULAIRE DE CONSENTEMENT

Le patrimoine mondial de l'UNESCO sur la voie du Piémont pyrénéen vers
Saint-Jacques-de-Compostelle : étude exploratoire des stratégies de
relations publiques déployées en matière de développement durable

Faculté de communication sociale et publique
Université du Québec à Montréal

Je certifie avoir donné mon accord pour participer à une entrevue portant sur l'étude des relations publiques entourant les sites du patrimoine mondial de l'UNESCO. J'accepte volontairement de participer à cette séance et je comprends que ma participation n'est pas obligatoire et que je peux arrêter ma participation à tout moment sans avoir à me justifier ni encourir aucune responsabilité. Mon consentement ne décharge pas les organisateurs de la recherche de leurs responsabilités et je conserve tous mes droits garantis par la loi.

Au cours de cette séance, j'accepte que soient recueillies mes réponses. Je comprends que les informations recueillies sont strictement confidentielles et à usage exclusif des investigateurs concernés.

J'ai été informé que mon identité n'apparaîtra dans aucun rapport ou publication et que toute information me concernant sera traitée de façon confidentielle. J'accepte que les données enregistrées à l'occasion de cette étude puissent être conservées dans une base de données et faire l'objet d'un traitement informatisé éventuel.

Date :

Nom du site :

Signature du volontaire (précédée de la mention « lu et approuvé ») :

Signature de l'apprenti chercheuse :

Audrey Godin-Champagne
godin-champagne.audrey@courrier.uqam.ca

APPENDICE C

ACRONYMES DES PERSONNES INTERVIEWÉES

P.I.1	Personne interviewée, ville historique fortifiée de Carcassonne
P.I.2	Personne interviewée, Canal du Midi
P.I.3	Personne interviewée, Saint-Lizier
P.I.4	Personne interviewée, Saint-Bertrand-de-Comminges
P.I.5	Personne interviewée, Oloron-Sainte-Marie
P.I.6	Personne interviewée, Hôpital Saint-Blaise
P.I.7	Personne interviewée, St-Jean-Pied-de-Port

APPENDICE D

BORDEREAUX D'ANALYSE COMPLÉTÉS

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Secteur très touristique, grandes aires de restauration, beaucoup de vaisselle jetable.			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Quelques poubelles sont réparties sur le site (bien qu'il y en ait un peu partout, les poubelles se fondent avec l'architecture, ce qui les rend moins visibles).			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'organisation recherche activement les moyens de réduire leur utilisation	Il n'y a pas de papier hygiénique dans les salles de bain publiques ni de savon pour les mains.			
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Secteur très touristique, achalandage élevé; toutefois, des équipes s'assurent en permanence que les infrastructures soient intactes après chaque événement à grand déploiement.			
3) Éco-efficacité des	Les véhicules sont interdits			

transports	dans la cité, transport à pied, en calèche ou en petit train. Bornes de location de vélos multiples, mini-bus intelligents.			
NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	La ville historique fortifiée de Carcassonne a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Les employés du secteur touristique rencontrés semblaient heureux de travailler dans un tel environnement.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables	(On tente de se coller le plus possible à l'image de la cité d'autrefois).			
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Beaucoup de produits fabriqués avec des matières premières brutes (ex : savons, produits naturels).			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Plusieurs boutiques offrent des produits locaux et régionaux issus du terroir			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Oui			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Accès gratuit au château pour les personnes handicapées et leurs accompagnateurs.			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Guides, conférences, audioguides, points d'information.			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Reproductions seulement			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Protection élevée, résidents locaux concernés en tout temps.			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Beaucoup de galeries d'art, d'artisans (vêtements, savons, produits régionaux, du terroir), ambiance dans les rues, atmosphère particulière.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Ville fortifiée historique, Carcassonne, 14 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Plaque à l'entrée de la cité			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Non			
Mention sur les panneaux routiers	Pas à notre connaissance			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Mention « patrimoine mondial »			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	« Caractère exceptionnel »			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Efforts de conservation constants			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Facile d'accès par la route, gare à proximité, aéroport			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Excellente conservation générale			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Voir le guide « Guide des loisirs nautiques » remis aux plaisanciers (section « respect de l'environnement »).			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Quelques poubelles visibles sur le site.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'entreprise recherche activement les moyens de réduire leur utilisation				
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Beaucoup de pollution sur les berges, bruit provenant de la route qui se trouve à proximité. Plantation de 42 000 arbres sur les berges pour éviter leur affaissement.			
3) Éco-efficacité des transports	Bateaux de plaisance (le port de plaisance offre de nombreux services : pontons aménagés avec eau chaude et électricité, etc.)			

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	Avis aux visiteurs lors de la visite guidée en bateau.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Plusieurs animaux sauvages en liberté : canards sur le canal, tortues, hérons (et autres oiseaux), poissons, etc.			
4.3) L'organisation contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Grands terrains vagues aux abords du canal, verdure et végétation abondantes. Label « Pavillon bleu d'Europe ».			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Label « Pavillon bleu d'Europe », qui distingue les ports de plaisance français qui mènent une politique de recherche et d'application durable en faveur d'un environnement de qualité.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Emplois stables dans l'industrie touristique durant la période estivale, gens passionnés par leur métier.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Excellentes visites en bateau offertes aux touristes par un personnel compétent.			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation				

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Oui			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Visites commentées offertes à une clientèle handicapée.			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Oui, lors des visites guidées commentées en bateau.			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Non			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Oui – protection des biens et des sites historiques.			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales				

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Canal du midi (secteur Carcassonne), 15 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Aucune plaque ne se trouve dans le secteur de Carcassonne (se trouve possiblement à l'une des deux embouchures)			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Via les guides touristiques			
Mention sur les panneaux routiers	Mention « Canal du midi »			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Guide touristique + « l'officiel du canal du Midi »			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	« Caractère exceptionnel », « œuvre unique au monde », « joyau médiéval »			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Dans l'audioguide de la bastide : « le canal est vidé et nettoyé chaque hiver »			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	À deux pas de la gare de Carcassonne, aéroport			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation générale			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Une seule poubelle multi-usages située près des remparts, aucun tri possible.			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Aucun centre de tri à proximité.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'entreprise recherche activement les moyens de réduire leur utilisation				
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Travaux en cours sur le site, nombreux chantiers, beaucoup de bruit.			
3) Éco-efficacité des transports	Pas de transport en commun possible, beaucoup d'automobilistes, secteur touristique, grand achalandage.			

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010

Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	Ces biens à l'étude ont été inscrits sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de biens culturels, et non de biens naturels.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Jumelage – employés avec expérience et stagiaires rémunérés pour maximiser l'apprentissage.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Peu de commerçants ou de services à proximité des biens.			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Artistes itinérants, salons de verre et de céramique, art local.			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Oui			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Entrée pour les fauteuils roulants, accès facile pour les personnes à mobilité réduite.			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Durant la visite guidée de la cathédrale (1h30), feuille explicative affichée à l'entrée indiquant la conduite à adopter (tenue adéquate, les chiens ne sont pas tolérés, respect du silence, lieu de culte et de prières).			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Certains objets historiques sont valorisés lors de l'exposition permanente. Interdiction de leur toucher.			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Importants travaux de restauration en cours entravant l'accès au restaurant pour les résidents et les visiteurs. Accès limité à l'ancienne cathédrale.			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Des artisans locaux (verre, porcelaine, céramique) ouvrent les portes de leurs ateliers aux visiteurs.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Ancienne cathédrale et cloître, cathédrale Notre-Dame-de-la-Sède, palais épiscopal, rempart, Saint-Lizier, 25 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Plaque UNESCO à l'entrée de la cathédrale			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Sur un seul document			
Mention sur les panneaux routiers	Pas à notre connaissance			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Des centaines de documents y étaient disponibles; un seul affichait la mention UNESCO			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	« caractère exceptionnel »			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Travaux de restauration en cours – cathédrale Notre-Dame de la Sède et remparts			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Accès facile et rapide par la route			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation, joyau patrimonial			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Aucune installation de recyclage (je n'ai moi-même pas trouvé ce type d'installation pour y déposer mes déchets), beaucoup de carton utilisé dans les casse-croûte des environs (spécialité locale : la crêpe).			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Quelques poubelles à proximité de la basilique, énormes récipients au couvercle difficile à ouvrir.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'organisation recherche activement les moyens de réduire leur utilisation	Distribution de produits jetables dans les restaurants (assiettes de carton, serviettes de papier, ustensiles de plastique, etc.).			
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Aucun constat n'a été effectué à ce sujet.			
3) Éco-efficacité des transports	Petit train (navette) qui parcourt la municipalité.			

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	La basilique paléochrétienne et la chapelle St-Julien ont été inscrites sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de biens culturels, et non de biens naturels.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid. Toutefois, il est facile de remarquer que de nombreux jardins fleuris ont été aménagés dans les environs des sites classés.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Peu d'opportunités d'emploi dans la commune; toutefois, les quelques commerçants et employés semblent satisfaits de leurs conditions d'emploi.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services				
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Beaucoup de produits du terroirs ou issus de l'artisanat local sont offerts dans les boutiques.			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Généralement, oui			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Biens culturels difficiles à visiter pour les personnes à mobilité réduite.			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Guides sur place, visites commentées, panneaux interprétatifs, audioguide en 5 langues.			
4) La satisfaction du client est mesurée	Boîte de commentaires et de suggestions avec formulaire incitatif à compléter à l'Office de tourisme.			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Non.			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Oui.			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Oui. Petites rues commerçantes typiques affichant les couleurs et les blasons de Saint-Bertrand-de-Comminges. Plats traditionnels et spécialités locales offerts dans les restaurants. Le centre culturel de la ville tourne autour de la basilique et de la cathédrale.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Basilique paléochrétienne, chapelle St-Julien, Saint-Bertrand-de-Comminges, 28 juillet 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Plaque officielle apposée sur la cathédrale			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Aucune mention UNESCO			
Mention sur les panneaux routiers	Pas à notre connaissance			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Sur aucun document			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	Non			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Non			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Biens culturels facilement accessibles par les routes départementales et les grands axes			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation générale			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Nombreuses poubelles à proximité des toilettes publiques, pas de tri des déchets dans la ville (petites installations dans le gîte pour pèlerins), quartier propre malgré l'abondance de resto-bars et de commerces.			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Beaucoup de poubelles, facilement accessibles et bien entretenues.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'entreprise recherche activement les moyens de réduire leur utilisation	Beaucoup de restaurants, bars, petits commerces. Les sacs de plastique sont nombreux.			
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Pas à notre connaissance; secteur très touristique, beaucoup de monde, nombreuses voitures.			
3) Éco-efficacité des transports	Beaucoup de voitures en circulation, système de navettes offertes en partenariat avec les villes voisines.			

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	La cathédrale Sainte-Marie a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Peu d'employés à la cathédrale, mais beaucoup dans les commerces avoisinant. Secteur touristique.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Produits et services d'excellente qualité.			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Beaucoup d'artisans locaux, fabrication artisanale encouragée (boulangerie, poissonnerie, boucherie, charcuterie, fruiterie, boutiques de cadeaux, etc.)			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Oui			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	À la cathédrale oui, plus difficile ailleurs dans la ville (beaucoup de circulation, passages pour les piétons et trottoirs très étroits et souvent d'un seul côté de la rue).			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Visites guidées, audioguide en plusieurs langues, « train » (vidéo), sans mention UNESCO.			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Non			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Oui			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Oui – Les rues sont imprégnées d'une atmosphère particulière, très caractéristique de la région.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Cathédrale Sainte-Marie, Oloron Sainte-Marie, 4 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Plaque UNESCO à l'entrée de la cathédrale			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Oui			
Mention sur les panneaux routiers	Pas à notre connaissance			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Sur quelques documents			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	À titre du bien « Chemins Saint-Jacques de Compostelle »			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Non			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Accès facile par la route			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation générale			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Quelques poubelles sur le site, système de tri des matières recyclables dans le gîte des pèlerins. Deux restaurants dans la commune, avec de la vaisselle de porcelaine.			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Collecte régulière des déchets, recyclage.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'organisation recherche activement les moyens de réduire leur utilisation	Petite commune de 80 habitants, deux restaurants et une église dans le village. Aucun commerce.			
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Commune traversée par une petite route départementale, peu fréquentée.			
3) Éco-efficacité des transports	Aucune possibilité d'utiliser le transport en commun, site accessible en voiture seulement. Situé à 18 km de la ville la plus proche.			

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	L'église de l'Hôpital Saint-Blaise a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Peu d'opportunité d'emploi dans la commune (une église, deux restaurants, une mairie).			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Seuls produits et services offerts : repas au restaurant. Un menu testé : c'était délicieux!			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Les deux restaurants de la commune ne servent que des produits régionaux ou du terroir.			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Un seul feuillet promotionnel disponible			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Aucun aménagement particulier; généralement facile d'accès			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Aucune visite avec guide touristique n'est offerte. Audioguide en 4 langues qui refait l'histoire de l'église en 8 minutes.			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Non			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Oui; conditions respectées			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Globalement, oui. Aucun commerce ni magasin.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Église Saint-Blaise, Hôpital Saint-Blaise, 5 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Bien culturel non plaqué.			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Panneau à l'entrée de l'église + feuillet promotionnel distribué à l'Office de tourisme d'Oloron Sainte-Marie			
Mention sur les panneaux routiers	Pas à notre connaissance			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Pas d'Office de tourisme à l'Hôpital Saint-Blaise			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Non			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	À titre du bien « Chemins Saint-Jacques de Compostelle »			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Dans l'audioguide : toiture et douves refaites récemment			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Sur la route du GR 78, commune traversée par route départementale, à 20 km des grands centres (Oloron, Mauléon)			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation générale, entretenu grâce aux dons des visiteurs			

PILER ENVIRONNEMENTAL

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Promouvoir la production et l'utilisation de matériaux recyclables, réutilisables ou biodégradables ainsi que la réutilisation de ces types de matériaux	Beaucoup de petits commerçants et de restaurants « sur le pouce » (sandwicheries, marchands de crème glacée, etc.); utilisation importante de matières carton et plastique.			
1.1) Gérer les matières résiduelles résultant des activités humaines d'une manière respectueuse pour l'environnement	Quelques poubelles facilement accessibles, aucune installation de recyclage visible.			
1.2) L'achat des consommables et produits jetables est limité, et l'entreprise recherche activement les moyens de réduire leur utilisation	Distribution d'une importante quantité de produits jetables à proximité des aires de restauration.			
2) L'organisation met en œuvre des pratiques pour réduire la pollution par le bruit, la lumière, le ruissellement, l'érosion, l'appauvrissement des composés détruisant la couche d'ozone, l'air et les contaminants du sol	Secteur très touristique, beaucoup de visiteurs et de pèlerins, circulation routière et piétonnière difficile, beaucoup de bruit, fanfares, spectacles en plein air.			
3) Éco-efficacité des transports	Beaucoup de voitures en circulation, stationnements grands et nombreux, pas de bus.			

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
4) Préserver la diversité biologique des espèces fauniques et floristiques et celles de leurs habitats et favoriser le rétablissement des espèces en péril	La porte Saint-Jacques a été inscrite sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO à titre de bien culturel, et non de bien naturel.			
4.2) Aucune faune n'est maintenue en captivité, sauf pour des activités correctement réglementées, et les spécimens vivants d'espèces sauvages protégées sont uniquement gardés par ceux qui sont autorisés et convenablement équipés pour les abriter et prendre soin d'eux	Ibid.			
4.3) L'entreprise contribue au soutien de la conservation de la biodiversité, notamment en soutenant des aires naturelles protégées et les zones de haute valeur de biodiversité	Ibid.			
4.4) Favoriser la santé et l'intégrité des écosystèmes et des paysages	Ibid.			

PILIER ÉCONOMIQUE

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Offrir un milieu de travail valorisant et des conditions de travail saines ainsi que favoriser une gestion participative des employés	Beaucoup de femmes employées dans les nombreuses boutiques artisanales, très impliquées, parfois propriétaires.			
2) Promouvoir le développement et l'utilisation d'innovations technologiques durables				
3) S'assurer de la qualité, de la viabilité et de la sécurité des produits et des services	Confection artisanale de qualité irréprochable.			
4) Des biens et des services locaux et issus du commerce équitable sont achetés, dans la mesure du possible, par l'organisation	Utilisation abondante des produits du terroir, nombreux producteurs locaux et régionaux à proximité du site.			

ACTIVITÉS D'UN MANAGEMENT DURABLE

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les documents promotionnels sont exacts et complets et ne promettent pas plus que ce que l'entreprise peut délivrer	Étrangement, aucun document promotionnel n'a été aperçu ni consulté concernant ce bien culturel.			
2) Assurer l'accès pour les personnes ayant des besoins spéciaux	Site relativement facile d'accès, voies assez larges pour permettre le passage d'un fauteuil roulant.			
3) Informations et interprétation sur l'environnement naturel, la culture locale, et le patrimoine culturel sont fournies aux consommateurs, ainsi que les explications de comportement approprié lors des visites de zones naturelles, de cultures vivantes, et des sites du patrimoine culturel	Visites guidées en petit train mobile, offertes en français seulement. Durée : 35 minutes			
4) La satisfaction du client est mesurée	Non			

**MAXIMISER LES AVANTAGES DU PATRIMOINE CULTUREL ET MINIMISER
LES IMPACTS NÉGATIFS**

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
1) Les objets historiques et archéologiques ne sont pas vendus, échangés ou affichés, sauf dans les conditions permises par la loi	Aucun objet archéologique n'est vendu, échangé ou affiché.			
2) L'entreprise contribue à la protection des biens et sites historiques, archéologiques, culturels, spirituels locaux, et n'entrave pas leur accès pour les résidents locaux	Protection spirituelle et culturelle, passage obligé pour tous les pèlerins. La ville « vibre » au rythme du pèlerinage vers Saint-Jacques de Compostelle.			
3) L'entreprise utilise des éléments de l'art local, de l'architecture ou du patrimoine culturel dans ses opérations, la conception, la décoration, la nourriture ou les magasins, tout en respectant les droits de propriété intellectuelle des communautés locales	Beaucoup d'artisans locaux (chocolateries, pâtisseries, boulangeries, métiers à tisser, artisanat, céramique, poterie, etc.); les rues sont décorées des symboles du pèlerinage vers Saint-Jacques (coquilles, flèches jaunes, bâtons de pèlerins), les restaurants offrent des formules « repas du pèlerins » à prix réduit.			

VISIBILITÉ DU PATRIMOINE MONDIAL DE L'UNESCO

NOM DU SITE : Porte Saint-Jacques, Saint-Jean-Pied-de-Port, 8 août 2010				
Objectifs :	Pertinence :	Évaluation :		
		Positif	Négatif	N/A
Mention générale du référencement UNESCO	Deux plaques UNESCO, apposées de part et d'autre de la porte.			
Mention UNESCO dans les publicités et la promotion	Non			
Mention sur les panneaux routiers	Mention de l'existence de la porte Saint-Jacques, mais pas de l'UNESCO			
Mention dans la documentation distribuée par l'Office de tourisme	Aucun document relié ce bien culturel à l'Office de tourisme.			
Mention de la valeur du référencement (ex : le plus haut, le plus vieux, etc.)	Un panneau rappelant l'histoire de Saint-Jean-Pied-de-Port est installé à l'entrée de la ville (près de la porte), sans mention UNESCO.			
Mention des caractéristiques justifiant le référencement (mise en évidence de la déclaration scientifique, du caractère exceptionnel du site, etc.)	Non			
Mention des efforts de conservation, de restauration	Non			
Accessibilité (routes, affluence, etc.)	Passage obligé pour tous les pèlerins, route, gare.			
Image projetée (fragilité, site en danger, vestige, etc.)	Bonne conservation générale			

APPENDICE E

TABLEAUX RÉSUMANT LES DONNÉES RECUEILLIES POUR CHACUNE DES CATÉGORIES DE NOTRE GRILLE D'ANALYSE - VERBATIMS

	QUESTIONS
Question 1	Que pensez-vous globalement des actions de solidarités locales (banques alimentaires, sidaction)?
Question 2	Que pensez-vous des actions favorisant le développement de relations harmonieuses (éducation civique, règlement collectif) dans votre localité?
Question 3	Êtes-vous satisfaits des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans votre collectivité?
Question 4	Selon vous, la mondialisation (entendue au sens de l'expansion et de l'harmonisation des liens d'interdépendance entre les nations et les activités humaines à l'échelle mondiale) est-elle une menace ou une chance pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable?
Question 5	Comment qualifieriez-vous le sentiment d'appartenance que vous portez à votre collectivité?
Question 6	Tous les membres du personnel reçoivent-ils une formation en ce qui concerne leur rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé et de sécurité? Si oui, sous quelles formes?
Question 7	Pensez-vous que la nomination sur la Liste du patrimoine mondial de l'UNESCO a eu un impact positif pour [nom du lieu concerné]?

Question 1		Que pensez-vous globalement des actions de solidarités locales (Ex: banques alimentaires, sidaction)?			
	REPONSES DE L'INTERVIEWEE	CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES	
CARCASSONNE	"Il n'y en a pas du tout".	4	12	Une vingtaine d'associations sont répertoriées sur le site Internet de la ville de Carcassonne	
CANAL DU MIDI	"En toute honnêteté, je pense que ce n'est pas quelque chose qui préoccupe les gens qui habitent à Carcassonne [...]. Il y a certainement des dispositifs mis en place, mais je ne crois pas que ce soit quelque chose qui soit suivi à grande échelle."	3	12		
SAINT-LIZIER	"Il y a des jumelages de villes, mais je ne suis pas au courant [...]. Il y a des banques alimentaires à Saint-Girons [...]. Il y a un jardin mis à la disposition des gens. Donc après, ils peuvent cultiver récupérer leurs légumes".	3	7+11	Saint-Lizier est associé avec le camp palestinien de Eet Jibrin, un jumelage symbolique et militant	
SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	"Il faudrait demander à la mairie"	1	12	La mairie étant fermée au moment de notre visite, nous n'avons pas pu nous procurer les renseignements complémentaires	
OLORON SAINTE-MARIE	"Il y a par exemple des actions régulières de don du sang, la sidaction, c'est plus sur Pau, sur la ligne de Pau; après, banques alimentaires, il y a les ressources eucaristiques ici, à Oloron Sainte-Marie, après, il y a plusieurs concerts bénévoles qui sont organisés à des fins associatives pour aider certaines associations"	2	7+9	Oloron Sainte-Marie est une grande ville industrialisée, commerciale, peuplée. 55 associations sont inscrites sur le site Internet.	
HÔPITAL SAINT-BLAISE	"Pas à ma connaissance. Je suis là depuis pas très longtemps, depuis 1 an et demi, donc depuis que je suis là, il n'y a effectivement aucune action"	1	12	80 habitants seulement, répartis sur deux rues	

CODAGE	IDENTIFICATEURS
1 = Ne sait pas	9 = Santé
2 = Actions significatives	10 = Emploi
3 = Peu d'actions	11 = Environnement
4 = Action inexistante	12 = Ne s'applique pas

Question 2 : Que pensez-vous globalement des actions favorisant le développement de relations harmonieuses (Ex : éducation civique, règlement collectif, etc.) dans votre localité?				
	REPONSES DE L'INTERVIEWEE	CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES
CARCASSONNE	<p>"C'est super important. Après, la propriété du site tient au fait que tous les jours la municipalité doit nettoyer les rues. Mais après, les gens ne se sentent pas concernés, ils ne sont pas propres. Même dans le château, on leur interdit de manger et ils ne comprennent pas toujours pourquoi [...] Il n'y a pas suffisamment de poubelle, il n'y a pas de cendrier. Par exemple, dans la cité, vous ne trouverez pas de cendrier. Pas du tout, même chez les commerçants, dans les bars ou les cafés, il n'y a pas de cendrier. Alors tout le monde jette ça clope par terre, tout simplement parce qu'on a expliqué que s'ils mettaient des... vous savez, des cendriers avec du sable? Après, c'est rempli par divers déchets et du coup, ils abandonnent. Tous les matins, la municipalité nettoie. Moi, ça me scandalise."</p>	3	10	<p>"Opération Grand Site" - Réhabilitation et mise en valeur des abords de la Cité.</p> <p>L'Opération Grand Site est une démarche originale et pragmatique que propose le Ministère de l'Ecologie et du Développement Durable. Elle répond au problème de dégradation d'un site, victime de sa notoriété et de sa surfréquentation touristique. Elle a un triple objectif :</p> <ul style="list-style-type: none"> - restaurer et assurer de manière pérenne les équilibres physiques et la qualité paysagère du site, - déterminer une politique d'entretien et de gestion reposant sur une structure responsable de la mise en oeuvre des actions de mise en valeur du site et de son animation, - permettre que les mesures adoptées bénéficient au développement local <p>http://www.carcaassonne.org/carcassonne2/activites/Titre/Doc/Entreprenariat/OpérationGrandSite?opendocument&FRR&Vrre&Cadrre%20de%20v&w&10&Cadrre%20de%20v</p>
CANAL DU MIDI	<p>"Déjà, par rapport au Pavillon Bleu dont on parle tout le temps, je pense qu'il y a des choses mises en place que les gens, du moins les autochtones, respectent. Après, il y a toujours le problème de la « surfréquentation » des touristes qui engendrent une production de déchets assez importante et tout le monde n'est pas respectueux de l'environnement et de l'hygiène. Vous avez sûrement remarqué que le canal en lui-même était parfois jonché de déchets? Il y a des gens qui continuent à ne pas respecter les touristes et certainement les locaux, parce qu'il y a aussi des gens qui se promènent à Carcassonne qui sont ivres ou canal de déchets... mais je pense que dans une majorité c'est respecté, que les dispositifs mis en place ont un impact sur l'hygiène, l'écologie ou autre et que tout le monde ne fait pas les efforts à 100%."</p>	3	5-7-10	<p>Le Pavillon Bleu est une étiquette à forte connotation touristique, symbole d'une qualité environnementale exemplaire. Cet étiquetage permet de sensibiliser et de motiver les collectivités locales ou les gestionnaires de port de plaisance afin qu'ils prennent en compte la notion d'environnement dans leur politique de développement économique et touristique, en complément et en renforcement des directives nationales et européennes obligatoires. Garant d'une bonne qualité environnementale, le Pavillon Bleu lie à une commune ou un port de plaisance, véhiculé une image positive dynamique auprès des résidents comme des visiteurs. En ce sens, il favorise aussi une prise de conscience générale envers un comportement plus respectueux de la nature et de ses richesses.</p> <p>http://www.pavillonbleu.fr/pavillon-bleu/fr/le-pavillon-bleu.html</p>

SAINT-LIZIER	<p>* [] Ici, c'est un petit village, il n'y a pas trop de conflit [] Il faut se battre pour faire la collecte des ordures... on tn et on va à la déchèterie, qui se trouve à 20 minutes en voiture. Je pense que pour les personnes âgées, c'est inadmissible"</p>	<p>3</p>	<p>3 x 10</p>	<p>Le tri des emballages à recycler et leur conditionnement en balles sont réalisés au centre de tri de Saint-Gaudens ► Le verre est acheminé à la Verrière d'Albi pour y être recyclé ► Les journaux-magazines et les cartons sont repris par l'entreprise LLAU ► Les déchets ménagers spéciaux sont évacués vers l'entreprise LLAU ► La ferraille et les batteries, destinées à la valorisation, sont reprises par l'entreprise LLAU ► Les déchets verts sont amenés au dépôt de Mercenac pour être ensuite broyés et conduits vers une plateforme de compostage à Roquefort-sur-Garonne</p>
SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	<p>"Rues nettoyées par les employés communaux ensuite, dans la partie basse de la ville, il y a eu un peu de vandalisme, alors du coup, on travaille de concert avec l'état, qui est propriétaire du site, parce qu'on a retrouvé des jeunes qui faisaient du VTT sur les ruines vieilles de 1000 ans. Prévention pas formalisée, mais il faut faire attention"</p>	<p>2</p>	<p>9 x 10</p>	
OLORON SAINT-MARIE	<p>"Qui oui oui (incompréhensible) surveillance typique envers les chiens. Après, je ne vois pas d'autres types mais ça permet d'avoir un entretien intéressant quand même, surtout sur un site classé UNESCO, c'est toujours plus agréable pour les visiteurs"</p>	<p>2</p>	<p>10</p>	<p>Étiquette "ville propre" distributeurs de sacs pour déjections canines</p>
CODAGE 1 = Ne sait pas 2 = Actions suffisantes 3 = Actions insuffisantes	IDENTIFICATEURS 5 = Assurer la complémentarité rurale/urbaine 6 = Veiller à une utilisation efficiente et valonsante des ressources 7 = Valoriser le patrimoine bâti et paysager 8 = Entreprendre un voyage intergénérationnel	9 = Promouvoir les actions de non-violence et le respect de soi et des autres 10 = Multiplier les efforts de sauvegarde environnementale 11 = Ne s'applique pas		

Question 3	Etes-vous satisfait des opérations favorisant l'intégration des personnes de nationalités différentes dans votre collectivité ?				
	RÉPONSES DE L'INTERVIEWÉE		CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES
CARCASSONNE	"Je sais que de temps en temps, il y a des fêtes et par exemple, je sais qu'il y avait un stand sur les Antilles. Il y a une association dans Carcassonne en fait sur l'intégration des Antillais, et voilà"		2	5+8	Association Outre-Mer Horizons qui a pour but d'organiser et de gérer les activités d'entraide, de cohésion sociale, culturelle, sportive et humanitaire des personnes originaires des DOM/ TOM, dans la ville de Carcassonne et le département de l'Aude
CANAL DU MIDI	"Pour être honnête, les gens ici aiment les touristes, parce que ça leur rapporte beaucoup d'argent. Après, quand les gens viennent s'installer, ils ne les « sentent » pas. Ils n'aiment pas. Moi, je ne viens pas d'ici, je ne suis pas originaire du sud de la France, et mon intégration, même en étant quelqu'un de « nordique », ne passait pas forcément. Donc, les gens aiment beaucoup les étrangers en saison, mais ils ne perçoivent pas du même œil le fait qu'ils viennent s'installer définitivement dans la région". Relance : Est-ce que c'est au niveau du travail ou des possibilités d'emploi ? "Oui, c'est au niveau du travail parce qu'ici, on a pas beaucoup de travail. C'est une région qui n'offre pas beaucoup de travail, il n'y a pas d'industrie, donc il n'y a pas de secteur secondaire, il y a de l'agriculture mais c'est essentiellement de la viticulture donc c'est très restreint et le tertiaire, c'est ce qui marche le plus, mais. Donc les gens sont très favorables au tourisme, mais ils ne sont pas favorables à l'installation définitive des étrangers"		2	6	AVF-Carcassonne est une association, loi 1901, sans appartenance politique, non confessionnelle, animée par des bénévoles Sa finalité Fournir un service à ceux qui déménagent pour des raisons professionnelles ou personnelles, en leur donnant les moyens d'une intégration rapide dans leur nouvel environnement Ses actions Accueillir tous ceux qui changent de ville ou de pays Aider les nouveaux arrivants à faire de nouvelles connaissances Être constamment à l'écoute des nouveaux comportements des personnes mutées de façon à fournir un service adapté Former des bénévoles compétents Faire découvrir la qualité de la vie de chaque ville et contribuer au développement de la région Ses moyens Des permanences dans plus de 350 villes de France où des accueillants sont à l'écoute des nouveaux arrivants pour leur fournir gratuitement les informations dont ils ont besoin http://www.avf.asso.fr
SAINT-LIZIER	"Par exemple, je sais qu'à l'Office (de tourisme), on propose des visites en anglais et en espagnol (en plus du français). Après, les autres lieux d'accueil, la personne qui travaille ici parle très bien espagnol, moi, je parle anglais, alors..."				

SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	"Alors en face, l'audioguide, je pense qu'il y a 5 ou 6 langues. Nous, ici (à l'Office de Tourisme) on n'accueille qu'en français, mais on est en train d'étudier pour voir si on ne peut pas intégrer l'espagnol et l'anglais. [...] à Montrejeau, vous avez un folklore international en août tous les ans... après, c'est vrai qu'il n'y en a pas énormément"				
OLORON SAINTE-MARIE	"Je n'ai pas eu forcément l'occasion de prendre contact avec des gens qui arrivent, disons, de nations différentes, mais disons que je sais qu'il y a quand même la Maison de l'emploi et de l'information, qui aide ces gens-là à s'intégrer un peu plus, il y a pas mal d'associations dans ce sens là également... des repas, qui sont faits en langue française ou en langue anglaise pour apprendre la langue du pays etc. Donc, oui, je pense que je suis quand même plutôt satisfaite. A l'échelle d'Oléron Sainte-Marie et de ses 12000 habitants, c'est pas mal". Relance: Ici à l'Office du tourisme, vous offrez les services en plusieurs langues? "Oui, on essaye de tous parler une autre langue. Nicole parle très bien allemand, Sébastien parle l'espagnol, moi, je parle l'italien et l'anglais."	1	6+7+8		
HÔPITAL SAINT-BLAISE	"S'il y en a, je ne les connais pas".	1	9		

CODAGE	IDENTIFICATEURS	
	9 = Ne s'applique pas	
= Satisfait	5 = Association multi-ethnique	
= Peu satisfait	6 = Accès à l'emploi	
= Pas du tout satisfait	7 = Langue	
= Ne sait pas	8 = Soirée d'accueil des nouveaux arrivants	

Question 4	Selon vous, la mondialisation (entendue au sens de l'expansion et de l'harmonisation des liens d'interdépendance entre les nations et les activités humaines à l'échelle mondiale) est-elle une menace ou une chance pour la promotion de la diversité culturelle en faveur d'un développement durable ?					
	REPONSES DE L'INTERVIEWÉ		CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES	
CARCASSONNE	<p>"Je pense qu'il n'y a pas de retombée sur la cité [...] Sur le développement durable, ça n'en fait pas, il n'y a pas de retombée. Il n'y a pas de fin par exemple sur les déchets dans la cité [...] C'est vrai que c'est compliqué, c'est difficile d'accéder, ne serait-ce que pour les camions de poubelle... y a pas de mesure en place par rapport à ça"</p>		3	10		
CANAL DU MIDI	<p>"Une chance, tout simplement parce que je pense que la mondialisation, ça permet l'échange, l'échange culturel, et plus il y a d'échange, plus il y a de possibilité de se faire connaître donc oui, il y a possibilité d'avoir un haut rendement sur ce canal. Après, je pense que c'est une chance mais ça peut être aussi néfaste dans la mesure où les gens, peut-être vont produire beaucoup de déchets et ne pas se préoccuper de l'hygiène. C'est un couteau à double tranchant. Mais je pense que dans un premier temps, si tout le monde est bien conscient des efforts qu'il faut faire, ça peut être une grande chance"</p>		4	6 + 10		

SAINT-LUZIER	"Je pense que c'est un abouti la mondialisation. Les échanges entre les cultures, c'est toujours positif, mais il ne faut pas... il ne faut pas que la mondialisation entraîne une uniformisation des cultures. Que chacun garde son identité tout en se mélangeant."		2	6	Les effets pervers du tourisme de masse sont nombreux et concernent l'ensemble des sites touristiques. Les impacts socioculturels et environnementaux qu'il entraîne peuvent remettre en cause les ressources sur lesquelles il repose.
SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	"Je pense que c'est un peu des deux. À mon avis, c'est intéressant de développer un tourisme, mais pas un tourisme de masse (incompréhensible) on va dire un tourisme plus ciblé, pour les amoureux du patrimoine, qui visionne les choses... des fois, il y a des touristes qui veulent rapporter des pierres avec eux et ils nous disent « bien quoi... tout le monde fait ça... », ça existe, nous-mêmes, on essaie de faire attention, quand on a des enfants (et même des adultes d'ailleurs). Donc, je pense que la mondialisation, quand ça peut générer plus de personnes, de fréquentation... c'est intéressant pour l'économie locale, pour la notoriété du site. Mais il ne faut pas tomber dans les travers, pas de tourisme de masse, pour avoir une horde de touristes qui ne respectent pas le site, voilà."		2	5-6-7	Les impacts socioculturels du tourisme Erosion culturelle : Folklorisation et standardisation Choc des cultures : rencontre entre des champs socioculturels très éloignés, incompréhensions profondes, intolérances Des pressions physiques facteurs de stress social Détérioration de la situation sociale : Criminalité, prostitution http://www.eveil-tourisme-responsable.org/label-tourisme-responsable.php

OLORON SAINTE-MARIE	<p>"Je pense que c'est une menace quand même dans le sens où on est une commune assez petite, et il y a eu pas mal d'industries textiles dans le passé, qui sont justement un peu * tombées à l'eau * entre guillemets, à cause du développement en Chine etc. et des matières premières moins chères. Donc, ça ne favorise pas le développement culturel dans notre région"</p>	3	5+6+7	<p>Oloron est connue comme étant la capitale du béret basque, qui comme son nom ne l'indique pas est d'origine béarnaise. Autrefois florissante, cette activité a subi de plein fouet la crise de l'industrie textile. Aujourd'hui, il ne reste qu'une seule société, Beafex, employant environ 60 personnes, sous la marque Pierre L'athoré. La commune a également une activité fortement agricole (élevage, polyculture, mais).</p>
HÔPITAL SAINT-BLAISE	<p>"Moi je ne pense pas que ça soit en faveur d'un développement durable. Après, la mondialisation effectivement est quand même une chance car elle permet d'ouvrir les frontières. Je pense que ça ne privilégie pas nécessairement les actions locales, les plus petits groupements, les petites associations, et c'est sur une échelle mondiale donc forcément il y a des choses qui se mélangent et on oublie un petit peu les petites actions. C'est ça aussi, on oublie les petites actions puis les choses qui ne sont pas gérées forcément par les locaux"</p>	4	5	<p>L'activité économique de la commune est essentiellement tournée vers l'agriculture (maïs et élevage)</p>

COUAGE	IDENTIFICATEURS
1 = Ne sait pas	9 = Humain et social
2 = Chance	10 = Écologique
3 = Menace	11 = Ne s'applique pas
4 = Chance et menace	

Question 5	Comment qualifiez-vous le sentiment d'appartenance que vous portez à votre collectivité?					
	RÉPONSES DE L'INTERVIEWÉE	CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES		
CARCASSONNE	"J'y travaille. Le château, c'est chez moi. C'est mon château" <i>Réponse</i> Vous êtes fier d'y travailler? - "Oui"	2	5			
CANAL DU MIDI	"Je suis passionnée dans mon métier et puisque je travaille sur le canal du Midi, suis passionnée par le canal du Midi et par la cité aussi puisque j'y travaille. Après, je ne pense pas que ça fasse partie de moi au sens propre du terme. Je pense que je suis une personne qui participe à la vie du canal, qui va participer à la promotion du canal, mais sans en faire partie de manière intégrale."	3	6			
SAINT-LUZIER	"Euh, bien, c'est un peu spécial. Ici, c'est un petit village, donc les gens vivent ici de génération en génération. Moi, mes grands-parents sont italiens, donc ils sont venus vivre ici. J'habite en plus en dehors du village et je ne me sens pas du tout intégrée dans le village."	4	10	Le sentiment d'appartenance est quelque chose qui se construit peu à peu. Le partage d'une même réalité, de valeurs ou d'objectifs communs crée un terrain favorable. Il nécessite en plus, pour se développer, une qualité d'interactions avec les personnes, ce qui contribue au fait qu'on se sente bien et qu'on ait conscience de sa valeur au sein d'un groupe particulier. http://www.aide.ulb.ac.be/pdf/1369		

SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	<p>"Très très fort. Je suis assez fière (d'y travailler). Pouvoir mettre de l'avant les richesses culturelles locales... déjà, il n'y en a pas énormément. Ensuite, bien vous imaginez, c'est un coin un petit peu reculé. c'est fréquenté que l'été, donc c'est difficile, avec tous les désavantages que ça comporte quand on est jeune et qu'on recherche du travail... c'est une économie un peu plus difficile... je suis contente d'avoir fait le choix de rester ici, de ne pas avoir quitté la campagne pour le ville, pour mettre de l'avant toutes les richesses culturelles et patrimoniales de la région".</p>	<p>2</p>	<p>5+8+10</p>	
OLORON SAINT-MARIE	<p>"Bien justement. J'avais une visite avec des visiteurs à 3 heures. Ils me disaient « c'est étrange Vous êtes d'ici? » Et moi de leur dire que non, parce que je ne suis pas originaire du tout de là, et ils me dirent « et pourtant, vous paraissez imprégnée par la culture locale et etc. », donc oui, je pense que je me sens appartenir à Oloron Sainte-Marie... après aussi parce que je suis guide et que j'apprécie le patrimoine et que j'aime la ville et parce que j'essaie de la promouvoir du mieux que je peux à travers les visites. Je pense que c'est aussi une ville qui a une âme, de par ses habitants... et du coup, je m'y sens bien".</p>	<p>2</p>	<p>6+7+8</p>	

HÔPITAL SAINT-BLAISE	"En fait, j'habite dans un autre département, donc c'est un peu étrange aussi d'arriver en pays basques. Les pays basques, c'est quand même très typique (...). Donc, je change de département. Le pays basque est très très fort on sent une identité très forte, donc ... c'est pas que je ne sens rejetée quand j'arrive là, mais au départ on sent qu'on est pas basque et c'est pas pareil quoi. Après, ça ne veut pas dire que je ne compte pas m'intégrer ou que je ne suis pas intégrée c'est juste qu'on le sent quand même."			4	10
CODAGE 1 = Ne sait pas 2 = Fort 3 = Moyen 4 = Faible		IDENTIFICATEURS 5 = Respect et considération 6 = Qualité et service à la clientèle 7 = Clarté de la tâche 8 = Information		9 = Efficacité administrative 10 = Ne s'applique pas	

Question 6		Les membres du personnel reçoivent-ils une formation en ce qui concerne leur rôle dans la gestion des pratiques environnementales, socioculturelles, de santé et de sécurité? Si oui, quelles formes cela prend-il?				
		RÉPONSES DE L'INTERVIEWÉE	CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES	
CARCASSONNE		<p>"Alors, de sécurité, oui, parce qu'on est agent d'accueil et de surveillance, alors il y a un soucis qui nous fait intervenir dans le château. Au niveau du développement durable, non. Au niveau de la santé, euh, oui, vis-à-vis de tous les problèmes de santé qu'on a pu rencontrer et avec les différentes épidémies et tout ça, comme par exemple la crise avec la grippe porcine, on a été averti avec les masques qui étaient à notre disposition, bon, on ne s'en est pas servi... mais on est un petit peu sensibilisé quand on a des problèmes comme ça, généraux. Et au niveau environnemental et social, il n'y a rien du tout. Les formations sont graduelles, il faut en faire la demande"</p>	3	8	Sensibilisation à l'égard des grands problèmes mondiaux de santé	
CANAL DU MIDI		<p>"J'ai reçu une formation sur la sécurité de mes passagers sur un bateau, mais ça s'arrête là" Relance : Est-ce que vous savez s'il y a des formations qui se donnent graduellement au fil de l'été ou les gens se renseignent un peu ici et là? "Je pense que les gens se renseignent et qu'il n'y a pas de formation durant l'été, mais après je ne vous l'affirme pas puisque je ne suis pas au courant. Mais j'imagine que non".</p>	3	8		

SAINT-LIZIER	"Pour l'instant, je n'ai rien reçu! Non, je ne pense pas qu'il y ait des formations qui se donnent"		4	9				
SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	"Non Très peu. (Explication incompréhensible) On aimerait recevoir plus de formation (incompréhensible) On aimerait rejoindre différents publics, notamment le public à handicap... vous avez vu la situation du site, c'est pas facile pour eux. (incompréhensible)"			9				Site difficile d'accès pour les personnes à mobilité réduite. Volonté de recevoir davantage de formation
OLORON SAINTE-MARIE	"Non pas vraiment"		4	9				
HÔPITAL SAINT-BLAISE	"Non".		4	9				

IDENTIFICATEURS
5 = Environnemental
6 = Socioculturel
7 = Santé
8 = Sécurité
9 = Ne s'applique pas

Question 7	Pensez-vous que la nomination au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO a eu un impact positif pour [nom du lieu concerné]? *Cette question n'a pas été posée à l'ensemble des membres composant l'échantillon.					
	RÉPONSES DE L'INTERVIEWÉE	CODAGE	IDENTIFICATEURS	REMARQUES		
CARCASSONNE						
CANAL DU MIDI	"Je pense que oui parce que si on a 7500 bateaux qui naviguent sur le canal chaque année, c'était pas le cas avant 1996. Et même la nomination de la cité de Carcassonne... on est passé de 3 M de personnes par an à 5 M..."	2	6	Augmentation significative de la fréquentation depuis la nomination au Centre du patrimoine de l'UNESCO, en 1996.		
SAINT-LIZIER	"C'est classé, donc c'est à voir. Je pense que ça attire les gens".	2	5	Nommé au Centre du patrimoine mondial de l'UNESCO en 1998.		
SAINT-BERTRAND-DE-COMMINGS	"Chez les locaux, je n'en suis pas certaine. Il faudrait voir avec la mairie; ils sont peut-être plus au courant que nous sur les locaux. Maintenant, sur les grandes institutions publiques, sur les collectivités, oui... déjà, Saint-Bertrand est rentré depuis cette année dans une démarche de grands sites des midi-pyrénées (incompréhensible), qui est fédéré avec d'autres grands sites comme Rocamadour, des pôles attractifs touristiques, je pense que ça contribue à sa notoriété et, du coup, à intéresser les grandes collectivités publiques qui, peut-être avant, n'étaient pas autant intéressées".	2	5+9	Objectifs de la politique "Grands sites des Midi-Pyrénées" : promouvoir ces Grands Sites sur les marchés étrangers, français et de proximité, inciter les touristes en situation de séjour en Midi-Pyrénées à découvrir les Grands Sites, éviter lors de l'arrivée des visiteurs dans le site, tout décalage décevant entre les attentes initiales et la réalité de la qualité de l'accueil, des produits, des services, donner envie aux visiteurs d'un Grand site, d'aller découvrir les autres Grands Sites de Midi-Pyrénées		

CODAGE		IDENTIFICATEURS	
1 = Ne sait pas		5 = Notoriété	9 = Économique
2 = Oui		6 = Attrait touristique	10 = Emploi
3 = Non		7 = Aide à la préservation et la conservation	11 = Ecologie
		8 = Coopération internationale	12 = Ne s'applique pas

BIBLIOGRAPHIE

Publications gouvernementales et internationales

Genève, Rapport de la Commission mondiale sur l'environnement et le développement de l'Organisation des Nations-Unies, présidée par madame Gro Harlem Brundtland, 1989. Présentation de Luc Gagnon et Harvey L. Mead, 2^e édition. Montréal : Éditions du Fleuve, 432 p.

Kenya, Organisation des Nations-Unies. 2007. *Les Communications sur le Développement Durable : ressources pour l'enseignement en publicité et marketing*. Programme des Nations-Unies pour l'Environnement, division Technologie, Industrie et Économie. 92 p. En ligne.
 <[http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Environment/climate/UNEP-Sustainability Communications toolkit for marketing french.pdf](http://www.unglobalcompact.org/docs/issues_doc/Environment/climate/UNEP-Sustainability%20Communications%20toolkit%20for%20marketing%20french.pdf)>
 Consulté le 28 février 2010

Ontario, Gouvernement de l'Ontario. 2010 (20 août 2007). « Industries culturelles ». En ligne. <http://www.culture.gov.on.ca/french/cult_ind/index.html>
 Consulté le 15 octobre 2010

Paris, Organisation des Nations-Unies. 1992-2010 (2 février 2010). « États parties : situation de la ratification ». In *Patrimoine mondial*. En ligne.
 < <http://whc.unesco.org/fr/etatsparties/> >. Consulté le 3 février 2010.

Paris, Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture, Comité intergouvernemental pour la protection du patrimoine mondial, naturel et culturel. 2008. *Orientations devant guider la mise en œuvre de la Convention du patrimoine mondial*. WHC.08/01. Paris : Centre du patrimoine mondial, 180 p.

Paris, Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture et l'Association de Coopération Interrégionale « Les chemins Saint-Jacques de Compostelle », 2007. *Les chemins de Saint-Jacques de Compostelle et le patrimoine mondial*. Paris : Centre du patrimoine mondial, 10 p.

Paris, Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture, 2006. « Conservation du patrimoine et développement durable ». In *Patrimoine mondial*. En ligne. <http://portal.unesco.org/culture/fr/ev.php-URL_ID=30821&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html>.
 Consulté le 22 février 2010.

- Paris, Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture, Section de l'Éducation pour le développement durable et Bureau de la planification stratégie. 2005. *L'UNESCO et le développement durable*. Paris : 2005-2014 – décennie de l'éducation pour le développement durable, 44 p.
- Paris, Organisation des Nations-Unies pour l'éducation, la science et la culture, le 2 mai 2001. *Stratégie d'ensemble destinée à accroître la visibilité de l'action de l'UNESCO par une meilleure coordination des activités d'information et de diffusion au sein du secrétariat*. Paris : Cent soixante et unième session du Conseil exécutif, 22 p.
- Paris, Groupe de travail interministériel sur les indicateurs, Commissariat général du Plan. 2003. *Stratégie Nationale de Développement Durable de la France*. Paris : Commission des Comptes et de l'Économie de l'Environnement, 215 p.
- Paris, Conseil International des Monuments et des Sites. 1976. *Charte du tourisme culturel*. Paris : Centre du patrimoine mondial, 6 p.
- Paris, Conseil International des Monuments et des Sites. 1998. *Évaluation des organisations consultatives : Chemins Saint-Jacques de Compostelle (France)*. Paris : Centre du patrimoine mondial, 15 p.
- Paris, Organisation de coopération et de développement économiques. 2001. « Développement durable : les grandes questions ». Division des relations extérieures et de la Communication, Secrétaire général de l'OCDE. Paris : siège de l'OCDE, 8 p.
- Québec, Conseil International des Monuments et des Sites Canada, 2008. « Déclaration de Québec sur la sauvegarde de l'esprit du lieu ». Adoptée au Québec, Canada, le 4 octobre 2008. 4 p. En ligne.
http://www.international.icomos.org/quebec2008/quebec_declaration/pdf/GA16_Quebec_Declaration_Final_FR.pdf Consulté le 27 novembre 2010
- Québec, Conseil fédéral du Québec, 2005. « L'outil d'analyse de projet pour le développement durable des collectivités – un outil d'aide pour les décideurs ». Table interministérielle pour le développement durable des collectivités. Québec : Environnement Canada, 10 p.

Colloques

- Battegay, Alain. 2003. « Les mémoires dans les villes, des enjeux pour les villes? ». In *Mémoires urbaines et présent des villes, programme interministériel de recherche Cultures Villes dynamiques sociales* (Université Lumière-Lyon 2 dans le cadre du séminaire « anthropologie de la mémoire », décembre 2003). Lyon (France). 99 p.

Benbassa, Esther. 2005. « Le repositionnement des identités à l'ère de la mondialisation : du communautarisme au nationalisme diasporique ». Identités, communautés, citoyenneté. Colloque du MRAP, 22 octobre 2005, Hôtel de ville de Paris. Différences no 258 avril-mai-juin 2006. En ligne. <<http://www.differences-larevue.org/article-le-repositionnement-des-identites-a-l-ere-de-la-mondialisation-du-communautarisme-au-nationalisme-diasporique-esther-benbassa-50088564.html>> Consulté le 14 novembre 2010

Bourret, Christian, Cacaly, Serge et Sophie Lacour-Jousselin. 2007. « L'animation du patrimoine, enjeu de l'intelligence territoriale ». In *VI^e Colloque International « TIC et Territoires : Quels développements? »* (Université Jean Moulin, Lyon III, 14-15 juin 2007). Lyon (France) : IFIS-Laboratoire S31S, 12 p.

Matsuura, Koïchiro. 2008. « Patrimoine et développement durable, une question d'éducation? ». Mot de bienvenue, In *Colloque international à l'occasion des célébrations du cinquantième anniversaire de l'association « Vieilles Maisons Françaises »*, UNESCO, le mardi 17 juin 2008. En ligne. <http://portal.unesco.org/en/ev.php-URL_ID=42695&URL_DO=DO_PRINTPAGE&URL_SECTION=201.html> Consulté le 29 novembre 2010

Études

Angeon, Valérie, et Armelle Caron. « Patrimonialisation et valorisation touristique des chemins de Saint-Jacques de Compostelle dans le Piémont Ariégeois : quel rôle du jeu d'acteurs dans ce processus? ». Université Européenne d'été *Habiter le patrimoine*, France (Saumur), En ligne, 2003.10 p. <<http://fama2.us.es:8080/turismo/turismonet1/economia%20del%20turismo/turismo%20cultural/patrimonialisation%20touristique%20du%20chemin%20de%20Saint%20Jacques.pdf>> Consultée le 11 janvier 2010

Lavocat, Éric. « Tourisme, Culture et Patrimoine ». Étude thématique dans le cadre du projet IRIS, Observatoire des territoires numériques, France (Toulouse), En ligne, 2004, mise à jour le 14 mai 2007, 21 p. <http://www.oten.fr/spip.php?page=imprimer_article&id_article=2745> Consulté le 11 janvier 2010

Lavoie, Danielle. 2009. « Relations publiques et développement durable : étude de cas des projets de dérivation partielle des rivières Portneuf et du Sault aux cochons par Hydro-Québec ». Mémoire de maîtrise, Montréal, Université du Québec à Montréal, 151 p.

Dossier de presse

Fousseret, Jean-Louis. Dossier de presse « Les Fortifications de Vauban inscrites au patrimoine mondial de l'Unesco », [En ligne], 2008. pp.44-45
http://www.ladocumentationfrancaise.fr/revues-collections/documentation-photographique/extraits-telechargeables/8067/8067_extrait.pdf Consulté le 12 janvier 2010

Chapitres de livres

Alegre, Alan, et Sean O'Siochru. 2005. « Droits de la communication ». In Ambrosi, Alain, Peugeot, Valérie et Daniel Pimienta. 2005. *Enjeux de mots : regards multiculturels sur les sociétés d'information*. Paris : C&F Éditions. 656 p. En ligne. <http://vecam.org/article669.html> Consulté le 25 mars 2010

Baribeau, Colette. 2006. « Le journal de bord du chercheur ». In *Recherches qualitatives*, Hors série numéro 2. Actes du colloque *L'instrumentalisation dans la collecte de données*, Université du Québec à Trois-Rivières, pp. 98-114

Fortin, Andrée. 1987. « L'observation participante : au cœur de l'altérité ». In Deslauriers, Jean-Pierre. 1987. *Les méthodes de recherche qualitative*. Sillery : Presses de l'Université du Québec. 153 p.

Grunig, James E. 2000. « Two-Way Symmetrical Public Relations: Past, Present, Future ». In *The Handbook of Public Relations*. Thousand Oaks / London / New Delhi: Ed. Robert L. Heath, p. 11-30.

Koussoula Bonneton. Athanasia. 2010. « Patrimoine et écotourisme : dialectique controversée ? » In Gagnon, Christiane. 2010. *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 259 p.

Lapperrière, Anne. 1997. « L'observation directe ». In Gauthier, Benoît et al. 2006. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 619 p.

Mayer, Robert et Ouellet, Francine. 1991. « L'entrevue ». In *Méthodologie de recherche pour les intervenants sociaux*. Boucherville : Gaétan Morin Éditeur. 527 p.

Robertson, Roland. 1995. "Globalization : Time-Space and Homogeneity-Heterogeneity". In Featherstone, Mike, Scott Lash et Roland Robertson. *Global modernities*. Londres : Sage. 304 p.

Savoie-Zacq, Lorraine. 2003. « L'entrevue semi-dirigée ». In Gauthier, Benoît. 2009. *Recherche sociale : De la problématique à la collecte de données*. 5^e édition. Sainte-Foy ; Presses de l'Université du Québec. 767 p.

Savoie-Zajc, Lorraine. 1995. « Les problèmes éthiques en recherche qualitative ». In Rousseau, R., Landry, C., & Isabel, B. (Éds), *Éducation, recherche et considérations éthiques* (pp. 67-79). Rimouski : Éditions GREME.

Schreiber, Rita Sara. 2001. "The "how to" of grounded theory: Avoiding the pitfalls". In Schreiber, R. S. & Stern, P. N. (Eds.), *Using grounded theory in nursing* (pp.55-83). New York : Springer.

Livres

- Altschull, J. Herbert. 1984. *Agent of Power, The Role of the Newsmedia in Human Affairs*, New York : Longman. 355 p.
- Ambrosi Alain, Peugeot, Valérie et Daniel Pimienta. 2005. *Enjeux de mots : regards multiculturels sur les sociétés de l'information*, Paris : C & F éditions. 665 p.
- Audoin, Alice, Courtois, Anne et Agnès Rambaud-Paquin. 2009. *La communication responsable : la communication face au développement durable*. Paris : Éditions d'Organisation, Groupe Eyrolles. 239 p.
- Bardin, Laurence. 2007. *L'analyse de contenu*. Paris : Presses universitaires de France. 233 p.
- Bogdan, Robert et Steven J. Taylor. 1975. *Introduction to qualitative research methods*. San Fransisco : Wiley. 353 p.
- Boulanger, Jean-Claude. 1993. *Le Robert : dictionnaire québécois d'aujourd'hui*. Montréal : DICOROBERT INC. 1269 p. + annexes
- Boyd-Barrett, Oliver et Michael Palmer. 1981. *Le trafic des nouvelles, les agences mondiales de l'information*. Paris : Alain Moreau. 712 p.
- Brunel, Gilles, et Claude-Yves Charron. 2002. *La communication internationale : mondialisation, acteurs et territoires socioculturels*. Montréal : Gaëtan Morin Éditeur, 309 p.
- Char, Antoine et Roch Côté. 2009. *La révolution Internet*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 136 p.
- Char, Antoine. 1999. *La guerre mondiale de l'information*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 168 p.
- Coenen-Huther, Jacques. 1995. *Observation participante et théorie sociologique*. Paris : Éditions L'Harmattan. 191 p.
- Deslauriers, Jean-Pierre. 1987. *Les méthodes de recherche qualitative*. Sillery : Presses de l'Université du Québec. 153 p.
- Fitzpatrick, Kathy, et Carolyn Bronstein. 2006. *Ethics in Public Relations. Responsible Advocacy*. Thousand Oaks / London / New Delhi: Sage Publications, 241 pages.

- Gagnon, Christiane. 2010. *L'écotourisme visité par les acteurs territoriaux. Entre conservation, participation et marché*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 259 p.
- Gauthier, Benoît (dir. publ.) 2003. *Recherche sociale : de la problématique à la collecte des données*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 619 p.
- Glaser, B. G. 2001. *The Grounded Theory Perspective: Conceptualization Contrasted with Description*. Mill Valley, CA : Sociology Press. 232 p.
- Grawitz, Madeleine. 1984. *Méthodes des sciences sociales*. Paris : Dalloz. 870 p.
- Grunig, Larissa, James E. Grunig, et David M. Dozier. 2002. *Excellent Public Relations and Effective Organizations. A study of Public Relations Management in Three Countries*. Mahwah, NJ / London: Lawrence Erlbaum Associates, 653 pages.
- Grunig, James E. et Todd Hunt. 1984. *Managing Public Relations*. New York : Rinehart and Winston. 550 p.
- Laville, Elizabeth. 2002. *L'entreprise verte : le développement durable change l'entreprise pour changer le monde*. Paris : Village mondial - Pearson Éducation. 320 p.
- L'Écuyer, René. 1990. *Méthodologie de l'analyse développementale de contenu – Méthode GPS et Concept de Soi*. Sillery : Presses de l'Université du Québec. 472 p.
- Libaert, Thierry. 2010. *Communication et environnement : le pacte impossible*. Coll. Développement durable et innovation inst. Paris : Presses universitaires de France. 192 p.
- Maisonnette, Danielle. 2004. *Les relations publiques – le syndrome de la cage de Faraday*. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 311 p.
- Maisonnette, Danielle, Lamarche, Jean-François Lamarche et Yves Saint-Amand. 2004. *Les relations publiques dans une société en mouvance*. 3^e édition. Sainte-Foy : Presses de l'Université du Québec. 405 p.
- Millerand, Florence, Serge Proulx et Julien Rueff. 2010. *Web social : mutation de la communication*. Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec. 396 p.
- Moreau-Defarges, Philippe. 1998. *L'ordre mondial*. Paris : Armand Colin. 180 p.
- Mucchielli, Alex. 1996. (dir.) *Dictionnaire des méthodes qualitatives en sciences humaines et sociales*. Paris : Armand Collin. 296 p.

- Peretz, Henry. 2004. *Les méthodes en sociologie : l'observation*. Paris : Éditions La Découverte. 121 p.
- Quinn Patton, Michael. 2001. *Qualitative Research & Evaluation Methods*. 3^e édition. Thousand Oaks : Sage Publications. 598 p.
- Rist, Gilbert. 1996. *Le développement, histoire d'une croyance occidentale*. Paris : Presses de Sciences Po. 483 p.
- Strauss, Anselm L. et Juliet Corbin. 1998. *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks: Sage. 336 p.
- Tang, John Edward. 2007. *Testament initiatique*, Collection Spiritualité, Tome 1, 1000 p.
- Temblay, Solange. 2006. *Développement durable et communication – Au-delà des mots, pour un véritable engagement*. Québec : Presses de l'Université du Québec. 264 p.
- Winkin, Yves. 2001. *Anthropologie de la communication – de la théorie au terrain*. Paris : Éditions du Seuil. 332 p.
- Wolton, Dominique. 2005. *Il faut sauver la communication*. Paris : Flammarion. 220 p.
- Wolton, Dominique. 2003. *L'autre mondialisation*. Paris : Flammarion. 212 p.

Revues

- Anadon, Marta et François Guillemette. 2007. « La recherche qualitative est-elle nécessairement inductive? », *Recherches qualitatives*, Hors série, numéro 5, p.26-27
- Ballester, José Maria. 2009. « Les chemins de Saint-Jacques : gérer la complexité », *Patrimoine Mondial*, Volume 53, 2^e trimestre, p. 52-56
- Ballester, José Maria. 2007. « Les chemins de Saint-Jacques : Itinéraire de pèlerinage et voie de civilisation », *Patrimoine Mondial*, Volume 45, mars 2007, p. 32-39
- Bandarin, Francesco. 2003. « La protection du patrimoine mondial », *Notre planète*, Programme des Nations-Unies pour l'Environnement (PNUE), Volume 14, numéro 2. 32 p.

- Berland, Nicolas, et Vassilli Joannides. 2009. « Grounded theory : quels usages dans les recherches en contrôle de gestion ? », *Comptabilité Contrôle Audit*, Volume 14, pp. 141-162
- Blais, Mireille, et Stéphane Martineau. 2006. « L'analyse inductive générale : description d'une démarche visant à donner un sens à des données brutes », *Recherches qualitatives*, Volume 26(2), p. 1-18
- Bourdeau, Laurent, et Pascale Marcotte. 2010. « La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO : compatible avec le développement durable? », *Management et Avenir*, Volume 34, pp 270-288.
- Drost, Anne. 1996. "Developing sustainable tourism for World Heritage Sites", *Annals of Tourism Research*, Volume 23 (2) pp.479-492 In Bourdeau, Laurent et Pascale Marcotte. 2008. « L'industrie touristique et l'inscription sur la liste du patrimoine mondial : attentes et déceptions », ESC Saint Etienne, 24 p.
- Duhourcau, Bernard. 1991. « La voie du piémont pyrénéen : cinquième chemin de Compostelle », *Pyrénées*, 1991, n° 165-166, pp. 45-54, 1993, n° 173, p. 15.
- Garat, Isabelle, Gravari-Barbas, Maria et Vincent Veschambre. 2008. « Préservation du patrimoine bâti et développement durable : une tautologie ? Les cas de Nantes et Angers », *Développement durable et territoires*, En ligne. Dossier 4 : La ville et l'enjeu du Développement Durable, 24 p. Mis en ligne le 03 mars 2008, Consulté le 06 mars 2010. <<http://developpementdurable.revues.org/index4913.html>>
- Gendron, Corinne. 2005. « Le Québec à l'ère du développement durable ». *Options politiques*, dossier sur le développement durable, Volume 26, numéro 6, Juillet-Août, pp. 20-25
- Gohier, Christiane. 2004. « De la démarcation entre critères d'ordre scientifique et d'ordre éthique en recherche interprétative », *Recherches qualitatives*, Volume 24, pp.3-17
- Guillemette, François. 2006. « L'approche de la Grounded Theory; pour innover? », *Recherches qualitatives*, Volume 26, 2006, pp. 32-50
- Hall, Michael Colin et Rachel Piggin. 2001, "Tourism and World Heritage in OECD countries", *Tourism Recreation Research*, Volume 26, No. 1, p.103-105.
- Mercklé, Pierre. 2009. « Analyse secondaire des données qualitatives : Une question méthodologique aux enjeux multiples », *Calenda*, Séminaire, publié le samedi 31 janvier 2009, <<http://calenda.revues.org/nouvelle14102.html>>

- Micoud, André. 1995. « Le bien commun des patrimoines », *Patrimoine naturel, patrimoine culturel*, Actes du colloque de l'École nationale du patrimoine, La Documentation française, 1995, p. 25-38.
- Olivier, Jason. 2008. « Le Pèlerin et le patrimoine sacré du voyage spirituel », *Patrimoine Mondial*, Volume 51, octobre 2008, p. 83
- Pendlebury, John, Michael Short, Aidan While. 2009. "Urban World Heritage Sites and the problem of authenticity", *Cities*, Volume 26, numéro 6, décembre 2009, p 349-358 In Bourdeau, Laurent et Pascale Marcotte. 2010. « La promotion des sites du Patrimoine mondial de l'UNESCO : compatible avec le développement durable? », *Management et Avenir*, Volume 34, pp 270-288.
- Prud'homme, Luc, Annie Presseau, André Dolbec. 2007. « Une pratique réflexive de recherches "à trait d'union" : quels enjeux scientifiques ? », *Recherches qualitatives*, Hors série Volume 4, pp.36-68
- Tornatore, Jean-Louis. 2004. « La difficile politisation du patrimoine ethnologique », *Terrain*, Volume 42, 2004, pp. 149-160
- Treuille, Henri. 1980. « Autour d'une variante du chemin de Saint-Jacques de Toulouse vers le Haut Comminges ». In « Le pèlerinage », *Cahier de Fanjeaux*. Volume 15, 1980, pp. 99-116

Bulletin

- Amis de Saint-Jacques de Compostelle (Aquitaine). 1992. « Au bord du chemin : pèlerins d'aujourd'hui, entre Bordeaux et Compostelle ». *Le Bourdon*, 1^{er} semestre 1992, pp. 50-58

Articles de journaux

- Baillargeon, Stéphane. 2008. « Le patrimoine mondial en danger : le tourisme comme arme de destruction massive ». *Le Devoir* (Montréal), 4 janvier, En ligne. <<http://www.ledevoir.com/culture/170680/le-patrimoine-mondial-en-danger-le-tourisme-comme-arme-de-destruction-massive>> Consulté le 7 novembre 2010
- Fitzpatrick, Kathy, et Candace Gauthier. 2001. « Toward a Professional Responsibility Theory of Public Relations Ethics ». *Journal of Mass Media Ethics*. London: vol.16, nos 2 et 3, p. 193-212.

Pastourel, Bernard. 2010. « Chemin de Saint-Jacques-de-Compostelle du Piémont Pyrénéen : fréquentation en hausse ». *AriegeNews – la chaîne d'information en Ariège-Pyrénées* (Ariège, France), 24 février, En ligne. <<http://www.ariegenews.com/news-602-15463.html>> Consulté le 29 octobre 2010

Stoker, Kevin L., et Kati A. Tusinski. 2006. « Reconsidering Public Relations' Infatuation With Dialogue: Why Engagement and Reconciliation Can Be More Ethical Than Symmetry and Reciprocity ». *Journal of Mass Media Ethics*. London: vol. 21, nos 2/3, p. 156-176.

Internet

Auteur Inconnu, 2010. *Exception culturelle*. Wikipédia, En ligne. <http://fr.wikipedia.org/wiki/Exception_culturelle> Consulté le 27 septembre 2010

Auteur Inconnu, 2010. *Écoblanchiment*. Wikipédia, En ligne. <<http://fr.wikipedia.org/wiki/%C3%89coblanchiment>> Consulté le 28 novembre 2010

Bouifrou, Linda. 2006. *Le rôle du chercheur dans l'observation participante, à partir de l'étude de cas de deux bidonvilles de Delhi*, Rennes, 3 p. En ligne. <<http://eegeosociale.free.fr/rennes2006>> Consulté le 22 octobre 2010

Cohen-Bacrie, Bruno. 2010. *Communication et développement durable des collectivités : méthodologie, outils et retour d'expérience*. Territoires durables des Midi-pyrénées, 17 p. En ligne. <http://www.territoires-durables.fr/upload/pagesEdito/fichiers/Bruno_Cohen_Echirolles_Presentation_151209.pdf> Consulté le 17 novembre 2010

Conseil d'Europe (COE). 2010. *Les Chemins de Saint-Jacques de Compostelle*. Strasbourg, En ligne. <http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/routes/compostella_fr.asp> Consulté le 29 octobre 2010

Corrélation Conseil, 2010. *Glossaire – démarche mixte*. Paris, En ligne, <<http://www.correlation-conseil.com/glossaire.html#glossaireM>> Consulté le 22 octobre 2010

Écolo-Info. 2010. *Le développement durable en six piliers*. Paris, En ligne. <www.ecoloinfo.com> Consulté le 12 mars 2010

- Goethe-Institut. 2010. *Se voir décerner un prix ne suffit plus – Le label patrimoine mondial de l'UNESCO : la clé du développement durable*. Paris, En ligne.
<http://www.goethe.de/ges/umw/dos/nac/leb/fr3113258.htm> Consulté le 17 novembre 2010
- Katz, Claude. 2004. *Communication, culture, mondialisation et démocratie*. Fédération internationale des ligues des Droits de l'Homme. En ligne.
http://www.fidh.org/IMG/article_PDF/article_a564.pdf Consulté le 14 novembre 2010
- Lapassade, Georges. 1993. *La méthode ethnographique : l'observation participante*. DESS d'Ethnométhodologie et Informatique, année scolaire 1992-1993, En ligne.
<http://www.vadeker.net/corpus/lapassade/ethngr1.htm> Consulté le 12 février 2010
- Libaert, Thierry. 2006. *Communication et développement durable : des relations ambiguës*. Communication, environnement, crises. En ligne.
<http://www.tlibaert.info/wp-content/themes/custom11/documents/cdd.doc> Consulté le 15 février 2010.
- Magnin, Jean-Claude. 2008. *Perspective et développement durable : quelles perspectives pour les Alpes?* Dur'Alpes Attitude, En ligne.
<http://www.duralpes.com/patrimoine-et-developpement-durable-quelle-perspective-pour-les-alpes/> Consulté le 13 octobre 2010
- Ministère du développement durable, de l'environnement et des parcs. 2010. *À propos du développement durable*. Gouvernement du Québec, En ligne.
<http://www.mddep.gouv.qc.ca/developpement/definition.htm> Consulté le 13 octobre 2010
- Monyo, John. 2004. *Neuvième Table ronde des Nations Unies sur la Communication pour le développement*. Rome, Italie, En ligne.
http://www.fao.org/sd/dim_kn1/kn1_040701a4_en.htm Consulté le 26 novembre 2010
- Pavillon bleu. 2010. *Le Pavillon bleu*. En ligne.
<http://www.pavillonbleu.org/pavillon-bleu/of-feee/le-pavillon-bleu.html> Consulté le 10 novembre 2010
- Prud'homme, Rémy. 2008. *Les impacts socio-économiques de l'inscription d'un site sur la liste du patrimoine mondial : 3 études*, Synthèse d'un rapport réalisé pour l'UNESCO, 20 p. En ligne.

<<http://www.rprudhomme.com/resources/2008+Impact+Liste+Patrimoine.pdf>> Consulté le 15 novembre 2010

Touri, Abdelaziz. 2003. *Le patrimoine culturel, ressource fondamentale du développement durable*. Deuxième réunion du consortium STRABON, débat organisé par le Comité Scientifique et Technique. Delphes, 19 au 23 juin 2003, Centre Culturel Européen de Delphes, En ligne. < <http://www.strabon.org/edito/article9.html> > Consulté le 8 mars 2010

Ville de Carcassonne, 2010. *Association Outre-Mer Horizons*. En ligne, <<http://www.carcassonne.org/carcassonneville.nsf/vueTous/030B1956264FB25EC12577B4002DAC5C?OpenDocument>> Consulté le 28 septembre 2010

Villes et pays d'art et d'histoire, 2010. *Laissez-vous conter le pays d'Oloron Sainte-Marie*. Direction de l'architecture et du patrimoine, En ligne. < <http://www.vpah.culture.fr/villes/oloron-si.htm> > Consulté le 28 septembre 2010

VPPYR.Infos. 2010. *La Voie du Piémont pyrénéen et les chemins Saint-Jacques de Compostelle*. En ligne, < <http://vppyr.infos.free.fr/> > Consulté le 24 février 2010